



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Aplikace procesu zahájení činnosti s.r.o.

The Application of the Process of Opening s.r.o.

Student:

Kateřina Juránová

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

Ostrava 2015

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra managementu

## Zadání bakalářské práce

Student: **Kateřina Juráňová**  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: 6208R037 Management  
Téma: Aplikace procesu zahájení činnosti s.r.o.  
The Application of the Process of Opening s.r.o.

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretický základ problematiky podnikání v českém prostředí
3. Aplikace teoretických poznatků o založení s.r.o. na fiktivní firmu
4. Zahájení podnikání fiktivní firmy na základě podnikatelského záměru
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SRPOVÁ, Jitka, Václav ŘEHOŘ et al. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, Miloslav et al. *Manažerská ekonomika*. 5. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3494-1.

VEBER, Jaromír, Jitka SRPOVÁ et al. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 07.05.2015



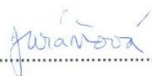
  
doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.  
vedoucí katedry

  
prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová  
děkanka fakulty

### **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.  
Přílohy č. 5,6,7 dané mi k dispozici jsem samostatně doplnila

V Ostravě dne 7. 5. 2015

  
.....

Kateřina Juránová

### **Poděkování**

Ráda bych poděkovala své vedoucí bakalářské práce Ing. Marii Mikušové, Ph.D., za všechny její cenné rady a čas, který mi věnovala.

# Obsah

1. Úvod .....	5
2. Teoretický základ problematiky podnikání v českém prostředí .....	6
2.1 Definice základních pojmů .....	6
2.2 Malé a střední podniky .....	7
2.2.1 Vymezení pojmu malé a střední podniky .....	7
2.2.2 Podpora malých a středních podniků .....	8
2.2.3 Silné a slabé stránky malých a středních podniků .....	10
2.3 Právní formy podnikání .....	12
2.3.1 Podnikání fyzických a právnických osob .....	12
2.3.2 Podnikání jednotlivce .....	13
2.3.3 Veřejná obchodní společnost .....	14
2.3.4 Komanditní společnost .....	15
2.3.5 Společnost s ručením omezeným .....	16
2.3.6 Akciová společnost .....	18
2.3.7 Družstvo .....	20
2.4 Podnikatelský plán .....	21
2.4.1 Podstata podnikatelského plánu .....	22
2.4.2 Struktura podnikatelského plánu .....	23
3. Aplikace teoretických poznatků o založení s.r.o. na fiktivní firmu .....	34
3.1 Trpaslík s.r.o. ....	34
3.2 Společenská smlouva .....	34
3.3 Nájemní smlouva .....	35
3.4 Živnostenské oprávnění .....	35
3.5 Zápis do obchodního rejstříku .....	35
3.6 Přihláška k registraci na finanční úřad .....	36
3.7 Shrnutí založení společnosti Trpaslík s.r.o. ....	36
4. Zahájení podnikání fiktivní firmy na základě podnikatelského záměru .....	38
4.1 Shrnutí .....	38
4.2 Popis podnikatelské příležitosti .....	39
4.3 Cíle firmy a vlastníků .....	40
4.4 Sídlo podniku .....	41

<b>4.5</b>	<b>Zákazníci</b>	42
<b>4.6</b>	<b>Analýza konkurence</b>	42
<b>4.7</b>	<b>Marketing</b>	45
<b>4.7.1</b>	<i>Marketingový mix</i>	45
<b>4.7.2</b>	<i>SWOT analýza</i>	47
<b>4.8</b>	<b>Finanční plán</b>	49
<b>4.9</b>	<b>Analýza rizik</b>	58
<b>5.</b>	<b>Závěr</b>	59

# 1. Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolila zahájení činnosti společnosti s ručením omezeným. Myslím si, že ne každý si dokáže představit, co vše založení podniku obnáší, což byl jeden z důvodů, proč jsem si vybrala právě tohle téma. V následujících kapitolách se budu snažit osvětlit všechny potřebné kroky, které vedou k zahájení podnikání. Druhým důvodem bylo to, že mě samotnou láká vidina vlastní společnosti, kde bych mohla realizovat své plány a dělat to co mě baví a zajímá.

Cílem této bakalářské práce je uplatnit teoretické poznatky při zakládání fiktivní společnosti. Jak již bylo zmíněno, budou zde popsány všechny potřebné kroky k zahájení činnosti podniku a také vypracován podnikatelský plán.

Práce bude rozdělena na část teoretickou a část praktickou. První teoretická část bude zaměřena na vysvětlení základních pojmů, jako je podnik, podnikatel a podnikání. Dále si zde uvedeme poznatky, týkající se problematiky podnikání malých a středních podniků. Konkrétně si vysvětlíme pojem malé a střední podniky, určíme zdroje jejich podpory a seznámíme se s jejich silnými a slabými stránkami. V dalším kroku si vymezíme jednotlivé právní formy podnikání a shrneme změny, které přinesl nový obchodní zákoník zejména u společnosti s ručením omezeným. Jako poslední bod teoretické části bude rozvedení jednotlivých kapitol podnikatelského plánu, který je důležitý pro praktickou část.

V praktické části bude představena fiktivní společnost Trpaslík s.r.o. Nejprve budou uvedeny veškeré administrativní záležitosti, které je nutné vykonat při zakládání společnosti s ručením omezeným. Jedná se například o vyřízení živnostenského oprávnění, nebo podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku. Důležitá je časová a věcná návaznost jednotlivých kroků. Následně bude rozpracován podnikatelský plán, který poskytne informace o různých stránkách podniku. Dozvíme se co je předmětem podnikání, jaké bude podnik nabízet služby a jaká je jeho organizační struktura. Jako poslední bude v podnikatelském plánu uvedeno, s jakými možnými riziky se může podnik setkat.



## **2. Teoretický základ problematiky podnikání v českém prostředí**

Tato kapitola je věnována teoretickým poznatkům problematiky podnikání, jejím základním pojmům a definicím. Dále zde můžeme nalézt vysvětlení termínu malý a střední podnik, seznámení s podnikáním v České republice, obeznámení s různými právními formami podnikání a v neposlední řadě jsou zde zahrnuty poznatky, které se týkají podnikatelského plánu.

### **2.1 Definice základních pojmů**

Vymezení základních pojmů je důležité pro začínající podnikatele. Předpoklad úspěšného podnikání spočívá ve znalosti základních termínů a v jejich porozumění. V následujících třech blocích si upřesníme základní pojmy a to podnik, podnikatele a podnikání.

#### **Podnik**

Podnik můžeme definovat podle řady různých výkladů, závisících na hledisku, podle kterého je tento pojem interpretován. Například obecný výklad popisuje podnik jako subjekt, v němž dochází k přeměně zdrojů ve statky. Jinak řečeno dochází ke zpracování vstupů na výstupy, které následně slouží k uspokojení spotřebitele. (Veber, 2012)

#### **Podnikatel**

Na podnikatele se můžeme dívat z různých pohledů. Člověk, který vykonává podnikatelskou činnost, může být definován jinak z hlediska právního, ekonomického a podnikatelského.

Dle nauky o podnikání je možné rozlišit primárního a sekundárního podnikatele. Primární podnikatel je vždy fyzická osoba a vlastník podniku. V případě, že se vlastník stará pouze o správu podniku, přenáší své podnikatelské role a funkce na podnik, který podniká jako sekundární podnikatel v zájmu vlastníka. (Srpová, 2010)

Dle § 420 zákona č. 89/2012 Sb. občanského zákoníku je podnikatel:

*„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“*

## **Podnikání**

Podnikání je úzce spjato s podnikavostí, jelikož představuje realizaci její vnější stránky. V podstatě se jedná o soubor schopností, umění a motivace lidí odhalovat příležitosti pro zajištění blahobytu podnikatelského subjektu. (Vodáček, 2006)

Existují celkově čtyři pojetí podnikání. Ekonomické pojetí popisuje podnikání jako zapojení ekonomických zdrojů a dalších aktivit pro vytvoření přidané hodnoty. Z psychologického hlediska je to činnost, kde je hlavním cílem dosažení seberealizace. Ze sociologického pohledu je důležitá prosperita.

## **2.2 Malé a střední podniky**

Malé a střední podnikání je z hlediska ekonomiky velice důležité, jelikož je například považováno za hnací sílu podnikatelské sféry. Celkový počet malých a středních podniků se v Evropě pohybuje kolem 19 milionů a jejich existence je zásadní pro zaměstnanost, neboť díky nim je zaměstnáno více než 74 milionů lidí.

V České republice je podíl těchto podniků na celkovém počtu fungujících podniků zhruba 99,8% (v roce 2010). Velice důležité je zmínit i to, že malé a střední podniky se podílejí 35% na tvorbě HDP. (Veber, 2012), (Vochozka, 2012)

### ***2.2.1 Vymezení pojmu malé a střední podniky***

Komise Evropského společenství definovala malý a střední podnik podle čtyř kritérií, které zařadí daný podnik do jemu odpovídající kategorie. Mezi kritéria patří zaměstnanost, roční obrát, roční bilanční suma a nezávislost.

#### **Mikropodnik:**

- do 10 zaměstnanců,
- roční obrát do 2 mil. EUR,
- roční bilanční suma do 2 mil. EUR.

#### **Malý podnik:**

- do 50 zaměstnanců,
- roční obrát do 10 mil. EUR,

- roční bilanční suma do 10 mil. EUR.

#### **Střední podnik:**

- do 250 zaměstnanců,
- roční obrat do 50 mil. EUR
- roční bilanční suma do 43 mil. EUR

Podniky s více jak 250 zaměstnanci včetně, jsou považovány za velké podniky.

Co se týče nezávislosti, podnik z 25% není ve vlastnictví podniku, který nevyhovuje vymezení pojmu malý a střední podnik. (Veber, 2012), (Vochozka, 2012)

### ***2.2.2 Podpora malých a středních podniků***

Pro podnikatele, kteří začínají podnikat, ale ne jen pro ně je důležitá pomoc z různých stran, které by měli využít, protože v dnešní době je drobných a středních podnikatelů velké množství. Tato podpora by jim měla pomoci uchytit se v daném odvětví a zabezpečit jejich počáteční rozvoj. Rozlišujeme dva druhy podpor:

- finanční podpora,
- nefinanční podpora.

Subjekty, které poskytují podnikům řadu podpor, můžeme rozdělit na několik skupin. Řadí se sem například vládní instituce, které poskytují podpory z veřejných prostředků. Dále sem spadají podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky, nevládní organizace, především neziskové organizace a jako poslední komerční subjekty. (Veber, 2012)

Poskytování podpory malým a středním podnikům je regulováno zákonem č. 47/2002 Sb., zákonem o podpoře malého a středního podnikání. Podpora podle tohoto zákona se vztahuje na:

- investiční projekty,
- výchovu a vzdělání středních škol ukončených výučním listem,
- odborného vzdělávání dospělých,
- poradenství v hospodářských a technických oborech,

- projekty týkající se posílení postavení na trhu a rozvoje malých a středních podniků,
- výzkumné projekty pro malé a střední podnikatele.

Poskytnutá podpora může mít mnoho podob např.:

- návratné finanční výpomoci,
- dotace,
- finanční příspěvky apod.

Podpory můžeme dělit podle formy poskytování, územního celku, financování, obsahového zaměření apod. Například do skupiny podle formy poskytování můžeme řadit podpory **přímé** a **nepřímé**.

**Přímá** forma pomáhá zlepšit malým a středním podnikům přístup k finančním prostředkům, čímž taky napomáhá k realizaci jejich investičních projektů díky získaným financím. Dále se snaží snížit malým a středním podnikům náklady v oblastech předem stanovených v programech podpory.

Instituce poskytující přímé finanční podpory jsou:

- **Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.,**
- **CzechInvest,**
- **ministerstva,**
- **hlavní město Praha,**
- **kraje.**

**Nepřímá** forma podpory slouží k tomu, aby se vytvořilo takové podnikatelské prostředí, kde je zjednodušená administrativa a dochází tam k regulaci nepříznivých dopadů nové legislativy na malé a střední podniky. Tato forma se týká zejména vytváření průmyslových zón, snaží se podpořit rozvoj vzdělávání, nebo zlepšit a zpřístupnit různé informační, nebo poradenské služby pro podnikatele.

Poskytovatelé nepřímých finančních podpor jsou:

- **Česká exportní banka, a.s.,**

- **EGAP – Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.**

Finančními podporami, které plynou z veřejných prostředků, se v České republice zabývají ministerstva, vládní a regionální instituce. (Veber, 2012), (Vochozka, 2012)

### **Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.**

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. vznikla v roce 1992 a jejím hlavním cílem je co nejvíce pomáhat malým a středním podnikům. Podpora malým a středním podnikům je poskytována nejen z prostředků státního rozpočtu, ale také ze strukturálních fondů Evropské unie. Podniky mohou podpory čerpat skrze tři programy a to z programu **Start**, **Záruka** a **Progres**.

Program **Start** pomáhá malým začínajícím podnikům s realizací jejich podnikatelských projektů, nebo podnikatelům, kteří vstupují na trh znovu s delším časovým odstupem. Program **Záruka** se zaměřuje na malé a střední podniky, které se zabývají především investičními projekty. Poslední program **Progres** je orientován na podporu realizace rozvojových podnikatelských projektů.

### **Česká exportní banka, a.s.**

Česká exportní banka je zaměřená na podporu vývozu. Vývoz se snaží podpořit skrze vývozní úvěry a jiné služby, které by ho mohly zvýšit. Pomoc od této instituce mohou získat buď právnické osoby se sídlem v České republice, nebo ojediněle fyzické osoby s trvalým pobytem v České republice. Podpory nabízené bankou:

- úvěry,
- záruky,
- financování prospekce zahraničních trhů. (Veber, 2012)

## ***2.2.3 Silné a slabé stránky malých a středních podniků***

Každý podnik má silné a slabé stránky, které by měl analyzovat a podle výsledků se soustředit na jejich zlepšení. Odhalení silných stránek je pro podnik důležité skrze konkurenceschopnost a naopak slabé stránky je potřeba eliminovat. V následujících odstavcích si zmíníme pár silných a slabých stránek malých a středních podniků.

## **Silné stránky**

- vytváření velkého počtu nových pracovních míst,
- inovační procesy,
- produkty s vysokou kvalitou,
- motivace vlastníku i zaměstnanců,
- dobrá znalost místního trhu,
- flexibilita,
- pružnost pracovní síly.

## **Slabé stránky**

- žádná snaha dospět ke změnám,
- úzká specializace,
- nedostatečné plánování,
- dopad omezených finančních prostředků na techniku a marketing,
- špatná dostupnost kapitálových zdrojů,
- slabý důraz na zvyšování kvalifikace zaměstnanců,
- slabá komunikace a spolupráce mezi jednotlivými podniky. (Vochozka, 2012), (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 8. 3. 2014, online)

Malé a střední podniky jsou také z mnoha hledisek omezovány. Jelikož jejich přístup ke zdrojům není v moc velkém rozsahu, nemohou například podnikat ve sférách, kde je zapotřebí vysokých investic. Tato otázka která se týká zdrojů, malé a střední podniky ovlivňuje víc než dost a dalo by se říct, že je to také největší omezení. (Srpová, 2010)

## 2.3 Právní formy podnikání

### 2.3.1 Podnikání fyzických a právnických osob

#### Podnikání fyzických osob

Podnikáním fyzických osob rozumíme podnikání, které je vykonáváno na základě živnostenského listu, či jiného oprávnění. Pro získání živnostenského oprávnění je nutné splnit všeobecné podmínky dané živnostenským zákonem a popřípadě také zvláštní podmínky, jako například doložení dokladů o odborné způsobilosti.

Všeobecné podmínky jsou:

- věk 18 let,
- čistý trestní rejstřík,
- způsobilost k právním úkonům.

Jestliže jsou tyto podmínky splněny, je dále důležité zjistit, do které skupiny živností budoucí vykonávaná činnost spadá. Rozlišujeme živnosti **ohlašovací** a **koncesované**. (Srpová, 2010)

**Živnost ohlašovací** není provozována na základě povolení k provozu činnosti, u některých druhů je nutné doložit odbornou způsobilost. Po splnění všeobecných podmínek může být živnost vykonávána na základě ohlášení. Živnosti ohlašovací dále dělíme na živnosti:

- řemeslné,
- vázané,
- živnost volnou s různými obory činností.

**Živnost koncesovaná** na rozdíl od živnosti ohlašovací může být provozována až po udělení koncese, neboli po udělení zvláštního povolení k výkonu činnosti. Jedná se o takové činnosti, kde se stát snaží o jejich regulaci. Patří sem například práce s výbušnými materiály, nebo provozování taxislužby. (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 8. 3. 2014, online)

## Podnikání právnických osob

Podnikání právnických osob je značně náročnější než podnikání fyzických osob a to zejména při zakládání společností. Existuje řada administrativních náležitostí, které je nutné splnit, ale nejen to. Při zakládání některých podniků je podmínkou vložit určitou částku základního kapitálu, aby mohla firma zahájit svou činnost. Pro všechny typy právnických osob platí to, že musí být zapsány v obchodním rejstříku.

Dle obchodního zákoníku rozlišujeme tyto typy:

- **osobní společnosti,**
- **kapitálové společnosti,**
- **družstva.** (Srpová, 2010)

**Osobní společnosti** jsou společnosti, kde se vlastníci podílejí na řízení a vedení firmy, což v podstatě může pro podnik znamenat nižší náklady spojené s vykonáváním různých činností. Naopak značnou nevýhodou je, že společníci ručí celým svým majetkem za závazky společnosti. Do osobních společností spadá veřejná obchodní společnost a komanditní společnost. (Srpová, 2010),

V **kapitálových společnostech** společníci ručí pouze do výše svého vkladu. Vnést vklad do podniku musí každý zakladatel, ale nezáleží na tom, jestli bude mít peněžitou, či nepeněžitou formu. Na rozdíl od osobních společností zde může dojít ke vzniku vysokých nákladů a to proto, že dochází k placení mezd managementu, který se podílí na řízení a vedení firmy. Do kapitálových společností řadíme Společnost s ručením omezeným a akciovou společnost. (Srpová, 2010), (Kapitálové vs. obchodní společnosti, 8. 3. 2015, online)

Posledním typem právnické osoby je **družstvo**. Družstvo nemá omezený počet společníků, ti do něj mohou vstupovat a vystupovat aniž by muselo dojít k nějakým změnám. (Švandová, 2011)

### 2.3.2 Podnikání jednotlivce

Pojem podnik jednotlivce se používá tehdy, když je podnik vlastněn jednou osobou. Žádný další společník ve vlastnictví nefiguruje. Nejběžnější formou pro provozování podnikatelské činnosti je živnost.



Tento druh podniků obvykle řídí přímo sám podnikatel a může být jak právnickou, tak fyzickou osobou. Ručení je stejné jako u osobních společností, což znamená, že je neomezené. Není zde kladen důraz na jakýkoliv počáteční kapitál při zakládání společnosti a k ukončení činnosti podniku dochází až smrtí zakladatele. (Švandová, 2011)

### **2.3.3 Veřejná obchodní společnost**

Veřejná obchodní společnost je definovaná zákonem č. 90/2012 Sb., zákonem o obchodních korporacích:

*„Veřejná obchodní společnost je společnost alespoň dvou osob, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně.“*

Tato společnost spadá do skupiny osobních společností, které jsme si vymezili v podkapitole 2.4.1. a dále ji budeme označovat zkratkou v.o.s..

Jako základní kámen se dá u v.o.s. považovat společenská smlouva, bez ní by společnost vzniknout nemohla. Jejím obsahem jsou pravidla a podmínky existence, podle kterých se řídí jak společníci, tak v.o.s. Aby byla tato smlouva platná, musí být uzavřena písemně a musí obsahovat tyto náležitosti:

- firmu a sídlo společnosti,
- určení společníků,
- předmět podnikání.

Zahájení podnikání společnosti předcházejí jisté kroky, které se musí učinit. Jedná se o uzavření výše popsané společenské smlouvy, dále si musí společníci obstarat povolení k výkonu činnosti a společnost musí být také zapsána v obchodním rejstříku.

Co se týče samotných společníků, mají řadu práv a povinností. Na vedení podniku se podílí každý společník, není-li uvedeno ve společenské smlouvě jinak a každý z nich také ručí za závazky společnosti celým svým majetkem. Dále mají právo na podíl ze zisku, který se po rozdělení zdaňuje sazbou daně z příjmu fyzických nebo právnických osob. Stejný podíl jaký mají na zisku, mají také na ztrátě.

U tohoto typu společnosti není nutné vkládat počáteční kapitál, není to určené ze zákona. Vše může být ovšem ovlivněno zněním společenské smlouvy, která může některá tyto fakta

měnit. (Srpová, 2010), (Švandová, 2011), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014)

### **2.3.4 Komanditní společnost**

Dle zákona č. 90/2012 Sb., zákonem o obchodních korporacích je komanditní společnost vymezena takto:

*„Komanditní společnost je společnost, v níž alespoň jeden společník ručí za její dluhy omezeně (dále jen „komanditista“) a alespoň jeden společník neomezeně (dále jen „komplementář“).*

Stejně jako v.o.s. spadá komanditní společnost do osobních společností a dále pro ni budeme používat zkratku k. s.

Společenská smlouva u k. s. je obdobná jako u v.o.s. s tím rozdílem, že obsahuje dva důležité body navíc. Hlavním bodem písemné společenské smlouvy je v tomto případě určení, kdo ze společníků bude komanditista a kdo bude naopak komplementář. Smlouva musí obsahovat výši vložených počátečních vkladů komanditistů, jejichž minimální hodnota musí být 5 000 Kč a také je důležité, uvést v jaké formě tento vklad poskytují. Může mít peněžitou či nepeněžitou podobu. Společenská smlouva může hodnotu počátečních vkladů navýšit.

V názvu této společnosti musí být označeno, že se jedná o komanditní společnost, čili název musí obsahovat jednu z těchto tří možností:

- komanditní společnost,
- zkratku kom. spol.,
- zkratku k. s.

Den vzniku společnosti se bere den zápisu do obchodního rejstříku. Vznik musí stvrzovat ověřené podpisy společníků, kteří podali návrh na zápis.

Společníci se u k. s. rozdělují na dvě skupiny. První skupinou jsou komanditisté a druhou skupinou jsou komplementáři. Rozdíl je v nich takový, že komanditisté ručí za závazky podniku pouze do výše nesplaceného vkladu, kdežto komplementáři ručí celým svým majetkem. Tenhle fakt se promítá následně i do vedení podniku. Statutárním orgánem společnosti jsou pouze komplementáři. Ti mají právo jednat jménem společnosti ve věcech týkajících se společnosti, pokud ale není ve společenské smlouvě stanoveno jinak.

V případě k. s. se zisk dělí na polovinu, jedna polovina připadá komanditistům a druhá připadá komplementářům. Další rozdělení zisku už přímo podléhá těmto dvěma skupinám společníků. U komplementářů se dělí obdržená částka rovným dílem, kdežto u komanditistů se musí brát ohled na výši splacených vkladů uvedených ve společenské smlouvě, čili jejich částka se rozděluje poměrně. Účast na ztrátě mají pouze komplementáři rovným dílem. Sepsaná společenská smlouva však může opět zavést do rozdělení zisku a ztráty mezi společníky určité změny.

Co se týče daňové povinnosti, část zisku připadající komanditistům je daněna daní z příjmu právnických osob a poté mezi ně poměrně rozdělena. Po rozdělení mají komanditisté ještě povinnost odvést daň z příjmu fyzických osob, stejně jako komplementáři.

Hlavní společná věc pro společníky v.o.s. a komplementáře je ta, že všichni mají zákaz konkurence. (Srpová, 2010), (Švandová, 2011), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014)

### **2.3.5 Společnost s ručením omezeným**

Definice vyplývající ze zákona č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích zní:

*„Společnost s ručením omezeným je společnost, za jejíž dluhy ručí společníci společně a nerozdílně do výše, v jaké nesplnili vkladové povinnosti podle stavu zapsaného v obchodním rejstříku v době, kdy byli věřitelem vyzváni k plnění.“*

Společnost s ručením omezeným patří do kategorie kapitálových společností a dále ji bude uváděna pod zkratkou s.r.o.

U s.r.o. mluvíme o společenské smlouvě v tom případě, když společnost zakládají nejméně dvě osoby. Jestliže je společnost zakládána pouze jednou osobou, jedná se o zakladatelskou listinu. Zakladatelská listina je obsahově shodná se společenskou smlouvou a musí mít také písemnou formu a úředně ověřené podpisy zakladatelů. Povinné náležitosti smlouvy:

- firma společnosti,
- předmět podnikání,
- určení společníků uvedením jména a bydliště nebo sídla,
- druhy podílů,

- práva a povinnosti společníků,
- výše vkladů,
- výše základního kapitálu,
- počet jednatelů,
- způsob jednání jednatelů.

U zakladatelské listiny se vyžaduje forma veřejné listiny, musí obsahovat všechny zmíněné body nahoře a ještě tyto doplněné:

- sídlo společnosti,
- vklad zakladatele,
- lhůtu splatnosti vkladu,
- členy různých orgánů společnosti.

Společnost s ručením omezeným vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku. Návrh na zápis společnosti do obchodního rejstříku podávají jednatelé a to buď písemně, nebo elektronicky. Pro mnohé předměty činnosti podniku je nutné mít živnostenské oprávnění, nebo společnost musí stanovit odpovědného zástupce jako odborný dohled.

Jako v každé společnosti, tak i tady mají společníci určitá práva a povinnosti. První jejich povinnost vůči podniku je povinnost vkladová, kde vklad jednoho společníka musí být minimálně 1 Kč. Jestliže společenská smlouva neudává lhůtu splatnosti, tak platí, že společníci musí splatit svůj nesplacený vklad nejpozději do 5 let od vzniku společnosti. Vklad může být jak peněžitý, tak nepeněžitý. V této společnosti společníci ručí za závazky podniku společně a nerozdílně a to do výše souhrnu všech nesplacených vkladů každého společníka. Tato částka je zjištělná z obchodního rejstříku k danému dni.

Právo týkající se vedení a řízení společnosti náleží pouze jednatelům. Jejich počet je stanoven společenskou smlouvou a roli jednatele může zajišťovat jak fyzická, tak právnická osoba. Dále musí splňovat určité požadavky, musí být svéprávní a bezúhonní. Jednatel se může právnická nebo fyzická osoba stát v zásadě třemi způsoby. Úplně nejnovějším způsobem, který je vymezen zákonem o obchodních korporacích, je jmenování soudem.

Každý ze společníků má právo na podíl ze zisku. Tento podíl odpovídá výšce vkladu jednotlivce. Zisk je ještě před rozdělením zdaněn sazbou daně z příjmu právnických osob a po rozdělení dochází ke druhému zdanění a to sazbou daně z příjmu fyzických osob.

Podle nového zákona o obchodních korporacích je stanovena minimální výše základního kapitálu na 1 Kč. Zde je ale také možný zásah společenské smlouvy, která může minimální výši stanovit jinak. (Hejda, 2014), (Švandová, 2011), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014), (Vše o s.r.o., 11. 3. 2015, online)

Základní změny, které přinesl nový zákon o obchodních korporacích, se týkají například základního kapitálu, oceňování nepeněžitých vkladů, společenské smlouvy, podílů společníků.

**Základní kapitál** musel podle starého zákona činit minimálně 200 000 Kč, ale nový zákon stanovuje minimální výši základního kapitálu pouze na 1 Kč, což je zásadní změna a tudíž i minimální vklad jednoho společníka může tvořit 1 Kč. Další bod, který si prošel úpravou, se týká **oceňování nepeněžitých vkladů**. V dřívější době bylo nutné, aby znalec pro ocenění nepeněžitého vkladu jmenoval soud, ale od 1. 1. 2014 si jej může vybrat sama společnost a stačí, když bude posudek obsahovat jedinou metodu ocenění. Co se týče úprav **společenské smlouvy**, musí obsahovat další povinné údaje (např. určení druhu podílů). Po splnění vkladových povinností a vzniku společnosti lze naopak některé náležitosti ze společenské smlouvy vypustit.

U **podílů společníků** se nyní můžeme setkat s jejich uvolněnější převoditelností a také s tím, že jeden společník může mít v držbě víc jak jeden druh podílů. Podíl může být také nově reprezentován kmenovým listem. Vše zmíněné upravuje společenská smlouva. (Hejda, 2014)

### **2.3.6 Akciová společnost**

Akciová společnost je dle §243 zákona č.90/2012 Sb. o obchodních korporacích definována:

(1) „*Akciovou společností je společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií.*“

(2) „*Firma obsahuje označení „akciová společnost“, které může být nahrazenou zkratkou „akc. spol.“ nebo „a.s.“.*“

Stejně jako s.r.o. akciovou společnost řadíme do kapitálových společností a budeme pro ni používat zkratku a.s.

Než se začneme zabývat akciovou společností, je důležité, abychom si objasnili, co vůbec pojem akcie znamená. Akcie je cenný papír, se kterým jsou spojena práva a povinnosti vlastníka akcie. Rozlišujeme různé formy, podoby a druhy akcií.

Formy akcií mohou být:

- na jméno,
- na majitele.

Dále rozlišujeme tyto druhy akcií:

- kmenové,
- prioritní.

Poslední rozdělení je podle jejich podoby:

- listinné,
- zaknihované.

Stejně jako u ostatních společností je i u a.s. vyžadována společenská, neboli zakladatelská smlouva. Tato společnost může být založena fyzickou, nebo právnickou osobou, nebo více osobami. To znamená, že se v některých případech může jednat i o zakladatelskou listinu.

Zakladatelská smlouva musí obsahovat minimálně tyto náležitosti:

- firmu,
- sídlo,
- předmět podnikání/činnosti,
- výše základního kapitálu,
- množství a všechny informace o akciích,
- náklady spojené se založením společnosti,
- správce vkladu,

- orgány společnosti.

Za den vzniku se u a.s. považuje den zapsání do obchodního rejstříku. Návrh na zapsání do obchodního rejstříku podávají všichni členové představenstva, kteří musí být na konci podepsáni. Návrh na zápis musí být podán do 6 měsíců od založení společnosti, pokud ve stanovách není dáno jinak. (Srpová, 2010), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014), (Akciová společnost dle ZOK, 13. 3. 2015, online), (Založení a.s. od 1. 1. 2014 - kompletní postup, 13. 3. 2015, online)

Práva a povinnosti akcionářů vyplývají z držby akcií. Na rozdíl od společnosti společníci za závazky společnosti neručí, kdežto ta za ně ručí celým svým majetkem. Vkladovou povinnost mají všichni společníci, ale minimální výše vkladu není určena. Činnost společnosti v tomto případě zajišťuje představenstvo, které je voleno valnou hromadou a může jednat jménem společnosti. Představenstvo se stará o řízení podniku a je kontrolováno dozorčí radou. (Švandová, 2011), (Akciová společnost, 13. 3. 2015, online)

Každý akcionář má právo na podíl ze zisku. Zákon stanovuje, že se podíl určuje poměrem jmenovité hodnoty akcií ve vlastnictví akcionáře ke jmenovité hodnotě akcií všech akcionářů. Zisk společnosti je daněn sazbou daně z příjmu právnických osob, stejně jako rozdělené dividendy.

Základní kapitál společnosti musí být alespoň 2 000 000 Kč.

### **2.3.7 Družstvo**

Dle § 552 zákona č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích je družstvo definováno takto:

*„Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání.“*

Jak bylo ve znění zákona zmíněno, počet členů je neomezený, ale minimálně musí být tři a firma musí obsahovat označení „družstvo“.

Aby mohlo být družstvo založeno, musí se konat ustavující schůze. Ten kdo se chce účastnit a hlasovat na této schůzi, musí podat přihlášku do družstva. Dále se na ní volí členové prvního představenstva a kontrolní komise družstva. Nejen že dochází k volení členů orgánů, ale dochází i ke schválení stanov družstva, které má povahu uzavření společenské smlouvy. Je nutné, aby byl o uskutečnění ustanovující členské schůze pořízen notářský zápis.

Obsah stanov družstva:

- informace o obchodní firmě, s povinným dodatkem družstvo,
- předmět činnosti podniku,
- výše základního vkladu každého člena,
- způsob a lhůta splácení členských vkladů,
- vše o orgánech družstva a jejich členech,
- způsob použití zisku a úhrady případné ztráty,
- vytvoření a využití nedělitelného fondu,
- jiná ustanovení vyplývající ze zákona.

Za den vzniku družstva se považuje den zápisu do obchodního rejstříku. Aby mohl být podán návrh na zápis, který podává představenstvo, musí být splacena alespoň polovina základního kapitálu. (Srpová, 2010), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014)

Každý člen družstva má vkladovou povinnost a minimální výše těchto vkladů není dána zákonem, ale je pro všechny členy stejná. Co se týče ručení, družstvo ručí za své závazky celým svým majetkem. Oprávnění k řízení v této společnosti má představenstvo. Podíl člena na zisku je určen poměrem výše jeho splaceného vkladu ke splaceným vkladům všech členů, a pokud stanovy určí, může členská schůze v případě ztráty uložit členům povinnost přispět na její úhradu.

Minimální výše základního kapitálu u družstev není stanovena. (Švandová, 2011), (Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích, 2014)

## 2.4 Podnikatelský plán

*„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti a shrnutí jednotlivých kroků vedoucích k dosažení těchto cílů“ (Orlík, 2011)*



### **2.4.1 Podstata podnikatelského plánu**

Podnikatelský plán slouží k vyjádření toho, čeho chce podnikatel dosáhnout, neboli vyjadřuje podnikatelský záměr. Nejen že si podnikatel v tomto dokumentu vytyčí cíle, ale snaží se zde v podstatě vyjádřit svou podnikatelskou strategii a nástroje, prostřednictvím kterých svého podnikatelského záměru dosáhne. Tento písemný dokument slouží především k poskytnutí informací pro investory.

Jestliže se podnikatel potýká s nedostatkem peněžních prostředků, nebo pokud teprve začíná podnikat, je sestavení podnikatelského plánu dobrý začátek. Investor se bude především zajímat, jaké dostane odpovědi na tyto otázky: „*Co podnikatel dělá? Co podnikatel nabízí? Co podnikatel potřebuje?*“ (Srpová, 2011, s. 14), (Srpová, 2011)

Než ovšem začneme se sestavováním samotného podnikatelského plánu a tedy s vytvářením odpovědí na již zmíněné otázky, musíme se zamyslet nad těmito body a vyjasnit si je:

- co je předmětem činnosti podniku,
- jaký je vztah hodnoty a zákazníka,
- jaké má podnik přednosti pro podnikání v dané oblasti,
- jestli jsou tyto přednosti dostatečně využity,
- určení konkrétního trhu.

Podnikatel si při sestavování podnikatelského plánu uvědomí, co vše musí podstoupit pro to, aby jeho podnik fungoval. Proto je to v mnoha ohledech přínos i pro něho samotného. Ujasní si, na jakém trhu bude nabízet své produkty, o jaké produkty se bude vůbec jednat a jak bude přistupovat k zákazníkům. Stejně jako investor i on si prostřednictvím tohoto dokumentu odpoví na otázky: „*Kde se nyní nachází? Kam se chce dostat? Jak toho chce dosáhnout?*“ (Srpová, 2011, s. 14), (Červený, 2014), (Srpová, 2011),

Může se stát, že člověk, pro kterého je určen podnikatelský plán, bývá zaneprázdněn a má často plno jiných problémů, se kterými se musí vypořádat. Vědomě, či nevědomě soudí toho, kdo vytvořil podnikatelský plán ve způsobu vyjadřování. Proto je dobré dát si pozor na to, aby jazyk byl jednoduchý, měli bychom se vyhýbat vyjádření několika myšlenek v jedné

větě, dále by měly jednotlivé věty na sebe logicky navazovat, neměli bychom používat přehnaně moc přídavných jmen apod. (Blackwell, 2008)

### ***2.4.2 Struktura podnikatelského plánu***

Podnikatelský plán nemá přesně danou strukturu, která by se musela vyskytovat ve všech těchto dokumentech. Při jeho sestavování hodně záleží na tom, pro koho je určen. Například investoři se potýkají s nedostatkem času, proto mnozí z nich vyžadují, aby podnikatel představil svůj podnikatelský plán ve formě prezentace. Kdežto co se týče bank, tak ty mohou požadovat podrobnější zpracování a nějaké dokumenty navíc. Jedna z možností jak může struktura podnikatelského plánu vypadat, je tato:

- *„titulní list,*
- *obsah,*
- *úvod, účel a pozice dokumentu,*
- *shrnutí,*
- *popis podnikatelské příležitosti,*
- *cíle firmy a vlastníků,*
- *potenciální trhy,*
- *analýza konkurence,*
- *marketingová a obchodní strategie,*
- *realizační projektový plán,*
- *finanční plán,*
- *hlavní předpoklady úspěšnosti projektu a rizika projektu,*
- *přílohy.* “(Srpková, 2011, s. 14/15)

#### **Titulní strana, obsah, úvod a shrnutí podnikatelského plánu**

**Titulní strana** by se měla týkat nejzákladnějších informací pro uvedení podniku, jako například jméno autora, obchodní název firmy, logo apod. **Obsah** by měl čtenářům co nejvíce zjednodušit vyhledávání kapitol, které jsou pro něj důležité. Neměl by být delší jak jeden a půl

stránky formátu A4. V **úvodu** je dobré uvést, pro koho byl podnikatelský plán vytvořen a jaký je jeho účel. **Shrnutí** obsahuje popis toho, co se vyskytuje na následujících stránkách. Má čtenáře pobídnout k tomu, aby se zajímal o další podrobnosti. (Srpová, 2011), (Jak sepsat podnikatelský plán, 15. 3. 2015, online)

## **Popis podnikatelské příležitosti**

**Popis podnikatelské příležitosti** je v podstatě objasnění našeho nápadu a slouží k tomu, aby například investoři získali dojem, že mají právě teď do tohoto nápadu investovat. Je důležité, abychom uvedli cílovou skupinu, pro kterou budeme vyrábět daný výrobek, nebo poskytovat službu a jakým způsobem převedeme naši myšlenku na zisk a tržby. Zde je důležité zaujmout jak popisem produktu, tak konkurenční výhodou a v neposlední řadě je dobré vyzdvihnout, jaký užitek z produktu by mohl plynout našim budoucím zákazníkům. (Srpová, 2011)

## **Cíle firmy a vlastníků**

V dalším bodě se podnikatel ve svém podnikatelském plánu zaměřuje na **cíle firmy a vlastníků**. Kapitola poskytuje zejména tyto informace:

- jaké jsou cíle firmy, vlastníků a manažerů,
- jaká je organizační struktura,
- jestli firma využívá poradců.

## **Potenciální trhy**

Jedním z důležitých prvků tohoto dokumentu je také existence **potenciálního trhu**, na kterém bude poptáván náš produkt. Potenciální trhy nám pomůže objevit důkladná analýza odvětví a trhu. V této části uvedeme informace jednak o celkovém trhu, jednak o cílovém trhu a také jakým způsobem se chceme na trhu uplatnit (Srpová, 2011)

## **Analýza konkurence**

Mnozí podnikatelé žijí v domněnku, že pro jejich produkt neexistuje konkurence. Mnohdy je to spojeno s nevědomostí, kterou podnikatel může ovlivnit a to tím, že provede ve svém podnikatelském plánu **analýzu konkurence**. Podnikatel při této analýze musí rozlišit dva základní druhy konkurence. Do první skupiny konkurentů spadají ti, kteří na trhu působí delší dobu, označujeme je jako stávající konkurenty. Druhá skupina podniků může představovat

hrozbu konkurence v budoucnosti, proto je označujeme jako potenciální konkurenci. Dále, pokud je jich velké množství, je rozdělíme na hlavní a vedlejší podle toho, zda mají na trhu velký vliv. V posledních dvou krocích analýzy dojdeme k tomu, jakou má který podnik konkurenční výhodu vyplývající ze zjištěných předností a nedostatků. (Srpová, 2011), (Konkurence – přirozená součást podnikání, se kterou je nutné počítat, 18. 3. 2015, online)

## **Marketingová a obchodní strategie**

Pro budoucí úspěch firmy je důležité mít **marketingovou a obchodní strategii**, která bude pro čtenáře přesvědčivá. V marketingové strategii se zaměřujeme především na tři oblasti. Jsou to cílový trh, tržní pozice produktu a v neposlední řadě marketingový mix. Výběr cílového trhu se odvíjí od segmentace trhu, kdy rozdělujeme potenciální zákazníky podle vybraných kritérií. Když máme cílový trh vybraný, následuje otázka, jakou pozici bude mít náš produkt na vybraném trhu oproti konkurenčním produktům. Chceme, aby náš produkt zákazníci vnímali jinak než konkurenci a aby byl co nejvíce odlišný. První krok pro určení tržní pozice produktu je identifikace jeho konkurenčních výhod. Ve druhém kroku vybereme nejlepší konkurenční výhodu a v posledním bodě zvolíme způsob prosazení této výhody. Poslední problém týkající se marketingové strategie je rozhodnutí o marketingovém mixu, které bere ohled na zvolený tržní segment a tržní pozici. Je to v podstatě soubor nástrojů a aktivit využívaných k dosažení podnikatelských cílů. V rámci našeho podnikatelského plánu se budeme zabývat klasickým marketingovým mixem 4P. Tento tradiční marketingový mix tvoří:

- produkt,
- cena,
- distribuce,
- propagace.

### ***Produkt (product)***

V podnikatelském plánu se budeme zabývat v rámci produktové politiky hlavně těmito problémy:

- nabídkou produktů, uváděním nových produktů na trh a stahováním starých produktů z trhu ve sledovaném období;
- změnami atributů produktu např. designu, balení apod.;

- v jakém množství a sortimentu budeme určité produkty vyrábět;
- jak budou probíhat jednotlivé fáze životnosti produktu.

Je možné, že pro určité produkty budeme potřebovat osvědčení a schválení. V podnikatelském plánu tedy uvedeme kontakt na osobu, která ručí za tyto osvědčení a schválení. (Srpová, 2011), (Marketingový mix, 18. 3. 2015, online)

### ***Cena (price)***

Další nástroj marketingového mixu, kterému budeme věnovat pozornost je cena. Pro cenu existuje mnoho výkladů. Například ji můžeme chápat jako částku, za kterou jsou podniky ochotny svůj produkt nabízet na trhu, a současně představuje jeho peněžní hodnotu pro zákazníka. Z hlediska praxe se jedná o částku, která byla domluvená při nákupu a prodeje zboží. Díky vhodné cenové politice plynou podniku dostatečné příjmy. (Vochozka, 2012), (Srpová, 2011), (Synek, 2011)

Při tvorbě ceny přihlížíme k těmto faktorům:

- *„firemní cíle a cíle cenové politiky,*
- *náklady,*
- *poptávka,*
- *konkurence*
- *fáze životního cyklu produktu,*
- *právní a regulační opatření (např. pevně stanovené nejvyšší ceny v některých oblastech) a další. ‘‘* (Srpová, 2011, s. 24)

Tvorba ceny se bezprostředně odvíjí od cílů cenové politiky. Orientace těchto cílů může být různá, mohou být orientovány na přežití podniku, na maximalizaci zisku, nebo na co největší tržní podíl apod. (Srpová, 2011)

### ***Distribuce (place)***

Distribuce znamená dopravení hotového produktu od výrobce až k zákazníkovi. V podnikatelském plánu musíme popsat jednotlivé distribuční cesty a také objasnit, jakou prodejní strategii zvolíme. V této části se ptáme například na otázky typu: „*Budeme samostatně*

*zajišťovat všechny prodejní aktivity? Bude prodej probíhat přímo konečným zákazníkům? “*  
(Srpová, 2011, s. 25), (Vochozka, 2012), (Srpová, 2011)

Dále je nutné, abychom popsali složení obchodního útvaru, kolik máme zaměstnanců a jakou mají kvalifikaci. Navíc můžeme uvést, jak bychom přizpůsobili obchodní strategii, pokud by došlo ke změně produktů, nebo novým potřebám zákazníků.

Vhodný postup pro stanovení prodejních nákladů v podnikatelském plánu je:

- 1) V prvním bodě si stanovíme prodejní cíle, kterých chceme dosáhnout.
- 2) Určíme potřebné množství zakázek, popřípadě zákazníků.
- 3) Se získáním zakázek jsou spojené výdaje, které se budeme snažit odhadnout.
- 4) Zaměříme se na vyčíslení ostatních prodejních nákladů.
- 5) Vymezíme množství zaměstnanců potřebných ke splnění úkolu, bereme v potaz jejich dovolené, nemocenské a zaškolení.
- 6) Určíme požadovanou kvalifikaci zaměstnanců prodejního oddělení.
- 7) Musíme počítat s různými dalšími náklady jako například osobní náklady, výdaje na cestovné, atd. (Srpová, 2011)

### ***Marketingová komunikace (propagace, promotion)***

Marketingová komunikace představuje nejviditelnější část marketingového mixu. Podnikatel se prostřednictvím propagace snaží upozornit zákazníky na svůj produkt, jeho design, vlastnosti apod. Podporuje tak poptávku po daném výrobku, či službě a zároveň poskytuje informace, které zákazník potřebuje vědět, aby produkt koupil.

Komunikační mix zahrnuje řadu nástrojů, patří sem například:

- reklama,
- podpora prodeje,
- public relations,
- osobní prodej,
- přímý marketing.

Jeden z nástrojů propagace je **reklama**. Jedná se o placenou formu marketingové komunikace. Můžeme ji umístit takřka všude, do televize, do časopisů, na stěny domů apod. Další nástroj, **podporu prodeje** můžeme realizovat jednak u konečných zákazníků a jednak u obchodních zprostředkovatelů. Většinou se s ní setkáváme v obchodech při ochutnávkách potravin. U **osobního prodeje** se dostáváme přímo do kontaktu se zákazníkem, jedná se o nejefektivnější způsob komunikace, jelikož vedeme se spotřebitelem přímý dialog. Cílem **public relations** je předvést firmu veřejnosti v co nejlepším světle prostřednictvím charitativních akcí, pořádáním tiskových konferencí atd. **Přímý marketing** se snaží získat odpovědi od zákazníků na určité otázky k získání jejich názoru přes emaily, telefon, či poštovní zásilky. (Vochozka, 2012), (Srpová, 2011), (Synek, 2011)

### **Realizační projektový plán**

Když sestavujeme podnikatelský plán, je důležité, aby jednotlivé činnosti měly určité časové uspořádání a aby byly zajištěny dodavateli. Musíme si stanovit, co všechno podnikneme pro realizaci našeho projektu, jednotlivé kroky a aktivity. Dále určíme posloupnost činností a termíny do kterých je chceme zvládnout. Jako pomůcku pro vizualizaci zde můžeme využít úsečkový diagram. Zakreslíme do něj všechny plánované aktivity, včetně doby jejich trvání. Aktivity budou představovat úsečky, ze kterých se snadno dozvíme jaká činnost, na kterou navazuje, její začátek a konec. Diagram je jedním z nástrojů, který se dá později využít i při finančním plánování, jelikož z něj můžeme odvodit výše a termíny výdajů. (Srpová, 2011)

### **Finanční plán**

Finanční plán převádí představy podnikatelů do reality, v níž se ukáže, zda je vůbec z peněžní stránky proveditelný. Z hlediska času rozlišujeme dlouhodobé a krátkodobé finanční plány. Dlouhodobé se zabývají investičním rozhodováním a dlouhodobým financováním, kdežto krátkodobé z nich specifikují finanční plány na rok. (Švandová, 2011)

Do našeho finančního plánu zahrneme:

- *„plánování výnosů a příjmů,*
- *plánování nákladů a výdajů,*
- *finanční výkazy. “ (Jitka Srpová, 2011, s.28/29)*

### ***Plánování výnosů a příjmů***

Základem pro plánování příjmů a výnosů je rozlišení těchto dvou pojmů. Výnosy představují výsledky podnikání, kterých firma dosáhla za určité období, jsou vyjádřeny v penězích. Příjmy jsou získané peníze, které podnik obdržel za prodej výrobků, nebo poskytnutí služeb. Musíme brát ohled na to, že když vedeme podvojný účetnictví, tak není bráno na zřetel, zda byly tržby uhrazeny, nebo ne.

Výnosy mohou mít spojitost s příjmy, ale také nemusí. Uvedeme si pár příkladů:

- finanční podpory – souvisí s příjmy,
- kompenzace škod vzniklých působením zaměstnanců – souvisí s příjmy,
- produkce hmotného investičního majetku v rámci podniku – nesouvisí s příjmy.

Zajištění výnosů, je stejně důležité jako zajištění příjmů. Podnik musí produkty nejen vyrobit a prodat, ale také musí zabezpečit, že z těchto produktů bude mít podnik ve stanovených termínech určité příjmy.

### ***Plánování nákladů a výdajů***

Jako v předchozím bodě i zde je důležité, co jaký pojem znamená. Náklady podniku jsou peněžním vyjádřením spotřeby výrobních prostředků, kdežto výdaje představují pokles peněžních prostředků firmy, při nichž nemusí docházet ke tvorbě hodnoty.

Pro podnik je z hlediska řízení nezbytná znalost struktury nákladů. Náklady rozlišujeme podle:

- druhu,
- účelu,
- činnosti,
- vázanosti na změny v objemu výroby.

Skupina nákladů, která spadá do rozdělení podle druhu, nám může pomoci při porovnání našeho podniku s podobnými podniky. Účelové členění nám poskytuje informace o kalkulacích, jejich výpočet a kontrolu. Co se týče nákladů závislých na změnách objemu výroby, rozlišujeme dva druhy a to variabilní a fixní náklady. Variabilní náklady se mění s objemem výroby, kdežto fixní zůstávají při změnách objemu výroby do určité míry stabilní.



## **Finanční výkazy**

Mnozí bankéři a investoři kladou velký důraz na to, aby podnikatel do svého finančního plánu zahrnul sestavení finančních výkazů. Jedná se zejména o **plány peněžních toků, výkazu zisků a ztrát** a v neposlední řadě musíme sestavit **plánovanou rozvahu**.

**Plán peněžních toků** neboli cash flow, je plán, který poskytne investorům informace o peněžních příjmech a výdajích podniku. Jeho podstata spočívá v tom, že vysvětluje nárůst a úbytek peněžních prostředků a proč k nim došlo. V této části bychom se měli především zaměřit na propracování počáteční fáze podnikání, jelikož je kapitálově náročnější. V následujících letech postačí uvést roční údaje. Čtenář získá přehled, jestli disponujeme dostatečným množstvím finančních prostředků na realizaci našich záměrů.

**Plánovaný výkaz zisku a ztrát** vyjadřuje náklady, výnosy a hospodářský výsledek podniku za jednotlivé roky. Hospodářský výsledek představuje rozdíl mezi celkovými výnosy a náklady firmy. Jeho prostřednictvím se dozvíme, jestli je podnik ve ztrátě, nebo naopak jestli mu plyne zisk. Jako v předchozím případě i zde bychom měli rozpracovat prvních šest měsíců. Pomocí plánovaného výkazu zisku a ztrát se čtenář dozví, zda budeme schopni splatit úvěr, úroky atd.

**Plánová rozvaha** uvádí, jak se bude v budoucnu vyvíjet struktura majetku společnosti a zdroje jeho financování. Jedná se v podstatě o písemný přehled majetku ve vlastnictví podniku a jeho zdrojích. Nejčastěji se rozvaha sestavuje ve tvaru bilance T a vždy k určitému datu. Na majetkové straně, která se nachází vlevo, jsou aktiva, na pravé kapitálové straně jsou pasiva. Tyto dvě položky se sobě musí vždy rovnat. Podstatné je sestavení počáteční rozvahy, která zahrnuje první pololetí činnosti podniku. V dalších obdobích stačí, když ji sestavíme k 31. 12. Informace z rozvahy podávají přehled o struktuře majetku, jeho plánovaných obnovách, splácení cizích zdrojů apod.

*„Minimální plánovací období je do doby vykazání zisku, splacení úvěru nebo životnosti investice.“* (Srpová, 2011, s. 30) (Knápková, 2010), (Srpová, 2011), (Synek, 2011)

Další část, která se týká finančního plánu, má prokázat jeho efektivnost a dokázat, že vývoj finanční situace podniku je příznivý. Využijeme zde poměrových ukazatelů finanční analýzy, zejména ukazatelů rentability, likvidity, aktivity a zadluženosti. První skupina poměrových ukazatelů, jsou **ukazatele rentability**. Vyjadřují, jakou má podnik schopnost vytvářet nové zdroje a zisk. Patří sem například rentabilita tržeb. Další skupinou jsou **ukazatele**

**likvidity.** Likvidita představuje schopnost podniku dostát svých závazků. Řadíme sem třeba ukazatele pohotové likvidity. **Ukazatele aktivity** jsou ukázkou toho, jak intenzivně dochází k využívání jednotlivých složek majetku. Můžeme zde vypočítat například obrát aktiv. Jako poslední využíváme **ukazatelů zadluženosti**. Informují nás o tom, jak se vyvíjí dlouhodobá stabilita podniku.

Není podmínkou, ale doporučuje se, aby byl proveden výpočet bodu zvratu, který nám ukáže, jaké množství produkce je potřebné vyrobit, aby firma nebyla ve ztrátě.

Jestliže je náplní našeho podnikatelského plánu investiční projekt, je důležité, abychom provedli hodnocení efektivnosti investice na základě ukazatelů jako je doba návratnosti, čistá současná hodnota apod.

Finanční plán by měl obsahovat i návrh na získání zdrojů pro financování projektu. Když chceme využít cizích zdrojů, je nutné, aby byla uvedena jejich výše, doba splatnosti a podmínky pro zapůjčení. V případě půjčky věřitele hlavně zajímá, jestli má podnik dostatečné prostředky, aby mohl splácet stanovené částky. Pro investory je naopak podstatné, jakou má podnik hodnotu. (Knápková, 2010), (Srpová, 2011)

## **Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu**

### ***SWOT analýza***

Poslední část podnikatelského plánu by měla odhalit naše silné a slabé stránky, ale také by měla zdůraznit příležitosti a hrozby podnikatelského plánu. K jejich prokázání využijeme SWOT analýzu, která zcela vyhodnocuje fungování společnosti a má v názvu začáteční písmena těchto anglických slov:

- strengths – silné stránky,
- weaknesses – slabé stránky,
- opportunities – příležitosti,
- threats – hrozby.

**Silné a slabé stránky** patří do vnitřních faktorů a měly by být hodnoceny podle intenzity vlivu a důležitosti pro podnik. Silné stránky mohou pro podnik znamenat konkurenční výhodu, kdežto slabé stránky naopak slabinu. Jestliže se zmíníme o slabých stránkách, je vhodné uvést řešení, kterým dojde k jejich eliminaci.

Při analýze **příležitostí a hrozeb** se zejména zaměřujeme na okolí organizace. Příležitosti posuzujeme podle jejich atraktivnosti a pravděpodobnosti že uspějí a hrozby hodnotíme z hlediska jejich závažnosti a možnosti, že nastanou.

Měli bychom pro naše dobro uvést veškerá fakta týkající se těchto čtyř faktorů, jejich řešení, zlepšení popřípadě eliminaci, protože investoři, nebo věřitelé na ně mohou časem narazit sami. (Srpová, 2011), (Švandová, 2011)

### ***Analýza rizik***

Riziko je většinou ve spojitosti s podnikatelským plánem bráno jako negativní odchylka od cíle. Dále může být chápáno jako možnost vzniku ztrát, pravděpodobnost vzniku událostí ohrožujících dosažení cílů apod. Existuje mnoho druhů rizik a jejich členění, můžeme je třeba členit podle věcné náplně na výrobní riziko, technické riziko atd. Díky jeho analýze se nám dostává dvou způsobů, jak můžeme nahlížet na náš podnikatelský plán. Jednak uvedeme možnou rizikovou situaci a jednak si připravíme opatření, která budou realizovaná při skutečném vzniku této situace. Prostřednictvím analýzy však můžeme dospět i k preventivním opatřením. Pro analýzu rizik můžeme využít například expertního odhadu, nebo analýzu citlivosti. (Fotr, 2014), (Srpová, 2011)

**Expertní hodnocení** faktorů rizika nám poskytne odborný odhad jejich významnosti vzhledem k předpokládaným cílům společnosti. Jak jsou faktory rizika významné, posuzujeme z hlediska pravděpodobnosti jejich výskytu a z hlediska intenzity negativního vlivu. Čím vyšší je pravděpodobnost výskytu rizika a čím vyšší je intenzita negativního vlivu, tím je rizikový faktor významnější. Vliv na kvalitu analýzy má míra předvídatelnosti posuzovaných faktorů a také zkušenosti toho, kdo odhad provádí.

**Analýza citlivosti** má za úkol zjistit, jak citlivý je hospodářský výsledek na faktory, které jej ovlivňují. Jedná se především o faktory, které byly vyhodnoceny jako významné. Prostřednictvím této analýzy se budeme snažit zpřesnit jejich dopady tak, abychom v rámci příprav na jejich výskyt mohli aplikovat přesnější optimalizační metody. Nejběžnější faktory ovlivňující hospodářský výsledek jsou například změny fixních a variabilních nákladů, výše poptávky apod. Výsledky analýzy mohou často nabývat odlišných hodnot. (Srpová, 2011)

## ***Opatření ke snížení rizika***

Tato opatření slouží k tomu, aby s jejich pomocí došlo ke snížení konkrétních významných rizik. Mezi nejpoužívanější opatření ke snížení rizika se řadí diverzifikace, dělení rizika, transfer rizika, pojištění, etapová příprava a realizace.

**Diverzifikace** znamená rozšiřování výrobního programu. Dochází tak ke kompenzaci poptávky, když poklesne poptávka po jedné skupině výrobků, zvýší se poptávka po jiné skupině výrobků. **Dělení rizika** spočívá v rozdělení rizika mezi účastníky, kteří pracují na uskutečnění podnikatelského projektu. Další nástroj ke snížení rizika je jeho **transfer** na jiné subjekty. Je kupříkladu zprostředkován uzavíráním dlouhodobých smluv na dodávky materiálu. **Pojištění** je speciální formou přenosu rizika za úplaty na pojišťovny. Poslední způsob snižování rizika je **etapová příprava a realizace**. Projekt je rozčleněn na etapy a má různé varianty pokračování. Volba varianty zcela závisí na tom, jak dopadla předchozí etapa. (Srpová, 2011)

## **Přílohy**

Množství příloh souvisí s konkrétním případem. Některé podklady však mohou být uvedeny v seznamu, který můžeme připojit k příloze s tím, že podklady jsou kdykoliv k dispozici. Obecně by měly být do přílohy zařazeny tyto dokumenty:

- životopisy důležitých osob,
- výpis z obchodního rejstříku,
- analýza trhu,
- písemnosti pojednávající o trhu a produktu,
- materiály z finanční oblasti, jestliže podnik nějakou dobu funguje,
- obrázky týkající se výrobku a prospekty,
- technické výkresy,
- podstatné smlouvy. (Srpová, 2011)

### 3. Aplikace teoretických poznatků o založení s.r.o. na fiktivní firmu

V této části se budeme zabývat jednotlivými postupy, které jsou pro založení společnosti nezbytné. Bude se jednat jak o uzavření společenské smlouvy, tak o získání živnostenského oprávnění, podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku a jiných formalit.

#### 3.1 Trpaslík s.r.o.

Krátce si představíme firmu Trpaslík s.r.o. Jedná se o nově zakládaný podnik, který se bude zabývat hlídáním dětí nad 3 roky a také poskytováním služeb, které se týkají chodu domácnosti. Tuto společnost se rozhodly založit Linda Nováková a Kristýna Janotová, jelikož obě dobře ví, co vše obnáší starost o děti a domácnost a chtějí tak pomoci těm, kteří potřebují čas na řešení záležitostí, které normálně nestíhají.

Jako právní formu podniku si zvolily právě s.r.o., jelikož se jim z různých hledisek zdála nejvýhodnější, například z hlediska ručení a výše základního kapitálu. Dále si zjistily, že předmětem jejich činnosti dle živnostenského zákona je *poskytování služeb pro rodinu a domácnost*.

#### 3.2 Společenská smlouva

Dne 1. 3. 2015 se konala ustanovující valná hromada, na které proběhlo sepsání a stvrzení společenské smlouvy za přítomnosti notáře. Účastnily se jí obě společnice Linda Nováková a Kristýna Janotová. Na této valné hromadě proběhlo stanovení jednatele, kterým se stala Linda Nováková, která zároveň podepsala čestné prohlášení a podpisový vzor jednatele a také stanovení správce vkladu, kterým se stala Kristýna Janotová. Výše základního kapitálu byla stanovena na 400 000 Kč, kdy každá ze společnic vloží vklad o výši 200 000 Kč. Základní kapitál bude splacen do 14 dnů od podepsání společenské smlouvy.

Základní kapitál byl splacen dne 12. 3. 2015 a Kristýna Janotová vydala čestné prohlášení správce vkladu o tom, že obě společnice dostaly své povinnosti a splatily svou část vkladu.

V příloze č. 1 nalezneme společenskou smlouvu, v příloze č. 2 čestné prohlášení jednatele a podpisový vzor a v příloze č. 3 čestné prohlášení správce vkladu.

### 3.3 Nájemní smlouva

Dne 10. 3. 2015 byla uzavřena nájemní smlouva na dobu neurčitou. Předmětem pronájmu se stala kancelář, která bude zároveň sídlem společnosti. Adresa: ulice Kostelní č. 22, 702 00 Ostrava – Moravská Ostrava.

### 3.4 Živnostenské oprávnění

Předmět činnosti podniku Trpaslík s.r.o. je dle živnostenského zákona živnost volná s přesným zněním *poskytování služeb pro rodinu a domácnost*. Jelikož se jedná o živnost volnou, není potřeba splnění nějaký zvláštních podmínek, pouze těch všeobecných, mezi které patří minimální věk 18 let, trestní bezúhonnost a plná svéprávnost.

Pro získání živnostenského oprávnění musí firma nejdříve vyplnit Jednotný registrační formulář (JRF), který lze stáhnout na stránkách ministerstva průmyslu a obchodu. Tento formulář byl vyplněn a odevzdán na živnostenský úřad v Ostravě se všemi potřebnými přílohami (společenská smlouva, souhlas vlastníka nemovitostí, výpis z katastru nemovitostí) dne 13. 3. 2015 a zároveň byl zaplacen poplatek ve výši 1 000 Kč. Dne 20. 3. 2015 společnost obdržela výpis z živnostenského rejstříku. JRF nalezneme v příloze č. 5 a souhlas majitele nemovitosti o sídle podniku v příloze č. 4.

### 3.5 Zápis do obchodního rejstříku

Pro zápis do obchodního rejstříku je nutné vyplnit formulář, který je dostupný na stránkách českého soudnictví a také přiložit tyto dokumenty:

- společenskou smlouvu,
- živnostenské oprávnění,
- souhlas majitele nemovitosti,
- potvrzení banky o splnění vkladové povinnosti,
- čestné prohlášení jednatele a podpisový vzor,
- prohlášení správce vkladu,
- výpis z trestního rejstříku jednatele.

V rámci podání návrhu na zápis do obchodního rejstříku se platí poplatek ve výši 6 000 Kč. Návrh na zápis do obchodního rejstříku podala Linda Nováková, jako jednatel společnosti dne 21. 3. 2015 na krajský úřad v Ostravě. Zápis byl proveden dne 30. 3. 2015. Tímto dnem

vzniká společnost Trpaslík s.r.o. s přiděleným identifikačním číslem a identifikátorem datové schránky. Formulář sloužící k zápisu do obchodního rejstříku se nachází v příloze č. 6.

### **3.6 Přihláška k registraci na finanční úřad**

Poslední krok učinila Linda Nováková dne 1. 5. 2015 na Finančním úřadě v Ostravě. Tím krokem bylo podání přihlášky k registraci pro právnické osoby, kdy podnik získal daňové identifikační číslo.

### **3.7 Shrnutí založení společnosti Trpaslík s.r.o.**

Nejdůležitější data týkající se založení společnosti jsou:

- 1. 3. 2015 ustanovující valná hromada, sepsání společenské smlouvy,
- 12. 3. 2015 splacení všech vkladů společníků,
- 10. 3. 2015 podepsání nájemní smlouvy,
- 13. 3. 2015 podání žádosti o udělení živnostenského oprávnění,
- 20. 3. 2015 udělení živnostenského oprávnění,
- 21. 3. 2015 podán návrh na zápis do obchodního rejstříku,
- 30. 3. 2015 proveden zápis do obchodního rejstříku, vznik společnosti,
- 20. 4. 2015 podání přihlášky k registraci právnických osob.

Dokumenty potřebné k založení společnosti:

1) Pro založení společnosti:

- společenská smlouva,
- čestné prohlášení jednatele a podpisový vzor,
- prohlášení správce vkladu.

2) Pro živnostenský úřad:

- jednotný registrační formulář,
- společenská smlouva,
- souhlas vlastníka nemovitosti,
- výpis z katastru nemovitosti.

3) Pro zápis do obchodního rejstříku:

- společenská smlouva,
- živnostenské oprávnění,

- souhlas majitele nemovitosti,
- potvrzení banky o splnění vkladové povinnosti,
- čestné prohlášení jednatele a podpisový vzor,
- prohlášení správce vkladu,
- výpis z trestního rejstříku jednatele.

4) Pro registraci na finančním úřadě:

- přihláška k registraci právnických osob,
- výpis z obchodního rejstříku.



## **4. Zahájení podnikání fiktivní firmy na základě podnikatelského záměru**

Před začátkem zahájení činnosti by bylo dobré, aby si každý podnik sestavil svůj podnikatelský plán, od kterého by se mohl následně odrazit. Společnost Trpaslík s.r.o. v následující kapitole zjistí, nebo si ujasní, jak jeho podnikatelská činnost bude vlastně vypadat a kam by měl její vývoj směřovat. Nejen že objeví svůj cíl, ale poodhalí i svou budoucí finanční stránku.

### **4.1 Shrnutí**

Společnost Trpaslík s.r.o. byla založena Lindou Novákovou, která je zároveň jednatelkou společnosti a Kristýnou Janotovou. Obor její činnosti se týká především hlídání dětí nad 3 roky a poskytování pomoci v domácnosti, například úklid, menší nákupy apod.

Jako forma společnosti byla zvolena společnost s ručením omezeným, kvůli snadnému složení základního kapitálu a také kvůli tomu, že společníci ručí za závazky podniku společně a nerozdílně a to do výše souhrnu všech nesplacených vkladů každého společníka. Základní kapitál u založeného podniku činí 400 000 Kč a vklad jednotlivce je vždy peněžitý ve výši 200 000 Kč.

Hlavním krátkodobým cílem společnosti Trpaslík s.r.o. je získat stálou klientelu, která se vždy v případě potřeby bude na společnost obracet. Mezi dlouhodobé cíle patří založení herního centra, kam by rodiče dávali své děti, když by si potřebovali něco vyřídit, nebo otevření několika poboček agentury.

Konkurenční výhoda, kterou se bude podnik snažit získat své místo na trhu se týká zákaznických slev a různých výhod. Dejme tomu, že rodiče, kteří budou chtít využívat naši službu hlídání dětí pravidelně, si budou moci zakoupit permanentku, díky které po vyčerpání získají například den hlídání zdarma.

Po marketingové stránce bude využito publikování reklam na internetu, dále bude využito reklamních plakátů na zdech domů, ale hlavní propagace bude souviset se sociálními sítěmi.

Co se týče financování, bude zde využito jak vlastních, tak cizích zdrojů na pokrytí počátečních výdajů podniku. Z vlastních zdrojů má podnik k dispozici 400 000 Kč a dále bude banku žádat o poskytnutí úvěru. Finanční cíl je jasně dán a to co nejdříve splatit bankovní úvěr.

## 4.2 Popis podnikatelské příležitosti

### Popis produktu

Předmětem činnosti společnosti Trpaslík s.r.o., jak již bylo ve shrnutí zmíněno, je *poskytování služeb pro rodinu a domácnost*. Podnik je především zaměřen na hlídání dětí nad 3 roky a na pomoc v domácnosti. Jako pomoc v domácnosti se bere úklid a menší nákupy.

#### 1) Hlídání dětí

Podnik se specializuje na hlídání dětí ve věku nad 3 roky. Zákazník své dítě nemusí nikam vodit, chůva vždy dorazí k nim domů. Může brát děti na procházky, do zoo, popřípadě je doprovázet do kroužků. Bude si s nimi hrát, a pokud se bude jednat o děti školního věku, může pomoci i s úkoly. Chůvy jsou vybírány velice pečlivě, aby se o děti dokázaly postarat. Klient zadá požadavek na hlídání a společnost mu přiřadí chůvu, kterou mu následně osobně představí. Jde nám hlavně o to, aby chůvy jak s dětmi, tak s rodiči vycházely.

Podnik nabízí tyto varianty služeb:

- pravidelné hlídání,
- jednorázové hlídání,
- víkendové hlídání.

Pravidelné hlídání spočívá v tom, že klient předem stanoví dny, kdy bude chůva pravidelně docházet. Po domluvě s rodiči chůva dítěti připraví jídlo, půjde s ním na procházku apod. Jednorázové hlídání může být také na celý den, nebo pouze na pár hodin. Co se týče poslední varianty, bude mít rozdílnou cenu, jinak se bude jednat o klasické jednorázové hlídání.

#### 2) Poskytování služeb v domácnosti

Jedná se o poskytování těchto pomocných služeb: úklid kuchyně, koupelny, sociálního zařízení, vysávání, vytírání (varianty 1,2), žehlení, praní a mytí oken (varianty 3,4). Zákazník se společností uzavře smlouvu, ve které se domluví na podmínkách provedení zvolené varianty.

Společnost také ve smlouvě zaručí, že pracovníci budou seriózní a zachovají mlčenlivost o interních záležitostech. Možné varianty poskytovaných služeb:

- pravidelný a běžný úklid,
- jednorázový úklid,
- praní a žehlení,
- mytí oken.

### **Konkurenční výhoda produktu**

Konkurenční výhoda poskytovaných služeb podniku bude vycházet hlavně ze slev a výhod. Klienti co budou chtít využívat služby pravidelně, si budou moci zakoupit permanentku na 30 hodin hlídání. Po jejím vyčerpání získají jeden den zdarma. V případě že zákazníci využívají jednu ze služeb a budou chtít využít další, poskytne jim podnik výhodnou cenu. Dále má společnost v plánu pořádat semináře pro rodiče o výchově dětí, klientům by tyto semináře podnik opět nabízel za výhodnější cenu. Jelikož společnost teprve začíná podnikat, akcí a výhod bude stále přibývat.

### **Užitek produktu pro zákazníka**

Největším zákazníkem podniku budou zejména rodiče, kteří chodí do práce a snaží se sehnat jakoukoliv pomoc. Společnost ji jim poskytne v mnoha ohledech, nejen že se jim postará o dítě, ale také uklidí byt. Tím pádem jim ušetří čas, který budou moci věnovat práci, nebo jiným aktivitám.

## **4.3 Cíle firmy a vlastníků**

### **Cíle vlastníků a firmy**

Společnost Trpaslík s.r.o. vznikla dne 30. 3. 2015 v Ostravě, jako společnost s ručením omezeným. Její majitelky jsou Linda Nováková a Kristýna Janotová. Podnik se zaměřuje na hlídání dětí nad 3 roky a poskytování služeb pro domácnost. V oblasti hlídání nabízí tyto služby: celodenní hlídání dětí pravidelné, jednorázové hlídání, víkendové hlídání. V oblasti úklidu si zákazník může vybrat z těchto služeb: pravidelný a běžný úklid, jednorázový úklid, praní a žehlení, mytí oken.

Hlavním krátkodobým cílem společnosti je proniknout na trh a zapsat se do podvědomí lidí při nejmenším v takové míře, která podniku přinese určitý okruh zákazníků, jenž zajistí

alespoň v prvních měsících pokrytí prvotních nákladů na provozování této činnosti. Následujícím cílem, kterého by podnik chtěl dosáhnout relativně v krátkém čase je zajištění spolupráce s kavárnami, které by propůjčily své prostory v případě konání seminářů pro rodiče.

Do dlouhodobých cílů podniku patří především splacení bankovního úvěru a to v rozmezí do sedmi let od jeho získání. Do deseti let bude mít společnost pobočky v Olomouci a v Brně, kde se bude také nacházet jedno ze dvou herních center, které bude jako první postaveno v Ostravě. Tato herní centra se začnou stavět až po deseti letech existence a budou situovány v nákupních střediscích.

## **Management a zaměstnanci**

Ve společnosti s ručením omezeným platí, že všichni společníci tvoří valnou hromadu, což je její nejvyšší orgán. To znamená, že ve společnosti Trpaslík s.r.o. je členkou valné hromady jak Linda Nováková, tak Kristýna Janotová. Obě tedy mohou jako valná hromada rozhodovat například o změně společenské smlouvy, nebo o změnách výše základního kapitálu. Linda Nováková je zároveň jednatelkou společnosti, takže může jednat pod jejím jménem a zároveň vyřizuje veškeré záležitosti týkající se hlídání dětí a vede účetnictví. Kristýna Janotová má za úkol vést administrativu podniku a starat se o vše, co souvisí s poskytováním služeb v rámci úklidu. Nové zaměstnance, nebo brigádníky však vybírají obě společně.

Společnost bude zaměstnávat na částečný pracovní úvazek celkem čtyři zaměstnance a z toho dva do úklidu. Zbytek bude zaměstnáván na základě dohody o provedení práce. Každý kdo chce ve společnosti Trpaslík s.r.o. pracovat, musí projít přijímacím pohovorem a jestliže se hlásí na pozici chůvy, musí projít i psychologickými testy. Jen tak podnik zákazníkům zaručí, že jejich dítě je v dobrých rukou.

## **4.4 Sídlo podniku**

Sídlo podniku se nachází v Ostravě, konkrétně na adrese: ulice Kostelní č. 22, Ostrava 702 00 – Moravská Ostrava. Společnost Trpaslík s.r.o. poskytuje služby přímo v domácnostech, takže v sídle podniku probíhá proces přijímání a vyřizování objednávek a dalších činností, souvisejících se zabezpečením chodu organizace.

Kancelář je tvořena jednou místností, která je předělena na dvou místech závěsy. Za jedním z nich se bude nacházet zázemí pro přípravu kávy, či jiných nápojů a drobných pokrmů.

Za druhým závěsem se budou nacházet předměty určené pro uklízení. Dalo by se říct, že tam bude menší sklad.

Zázemí podniku je umístěno blízko centra, nedaleko obchodního domu Laso. Nejbližší zastávka MHD je Most Miloše Sýkory ve vzdálenosti zhruba 200 metrů. V blízkém okolí se nachází také jedno parkoviště.

## **4.5 Zákazníci**

Nejdůležitější pro firmu z hlediska fungování jsou zákazníci. Každý podnik musí znát svůj tržní segment, který využívá jeho služeb. V případě společnosti Trpaslík s.r.o. se jako tržní segment jeví ženy, oba rodiče a v neposlední řadě obecně dospělí lidé. Jelikož tato společnost zprostředkovává poskytování dvou odlišných služeb, musí se na to v rámci analýzy trhu brát ohled.

Služby poskytované v rámci hlídání dětí budou jistě přes týden využívat z velké části ženy ve věku 20 – 40 let. Ostrava má kolem 300 000 obyvatel, podnik tedy bude počítat s tím, že žen je cca polovina, čili 150 000. Zhruba 35% z nich může být ve věku 20 – 40 let, což znamená, že potenciálních zákazníků by společnost v této oblasti podnikání měla 52 500. Je tu však ještě jeden háček, každá žena z těchto 52 500 nemusí mít nutně děti, které ještě potřebují dohled. Velikost cílového tržního segmentu se tedy zúží a bude se pohybovat okolo 25 000 žen.

Naopak úklidových služeb mohou využívat jak muži, tak ženy. Ženy z toho hlediska, že si chtějí například odpočinout a muži na něj třeba nemají čas, nebo ho nezvládají. Tady se věková hranice oproti té předchozí bude značně lišit. Podnik předpokládá, že se bude pohybovat v rozmezí 30 – 70 let. Vyšší hranice se může zdát přehnaná, ale starší lidé, kteří už moc na tyto činnosti nestačí a nemají v okolí rodinu, která by úklid domácnosti zajistila sama, pomoc určitě uvítají. Jako výchozí bod zde společnost uvažuje 300 000 obyvatel, z nichž vyčlení 60%, kterých by mohlo představovat zmíněnou věkovou kategorii. Cílový tržní segment by mohl mít velikost 180 000 obyvatel. Jedná se pouze o odhady.

## **4.6 Analýza konkurence**

Stejně jako u analýzy zákazníků i zde musíme rozlišit, pro jakou oblast podnikání společnosti je analýza konkurence určena.

V rámci poskytování služeb v oblasti hlídání dětí podnik stanovil tyto možné hlavní konkurenty:

- [hlidacky.cz](http://hlidacky.cz),
- Profi Chůva,
- Rodako.

### **Webové stránky Hlídačky**

První potenciální konkurent jsou webové stránky [www.hlidacky.cz](http://www.hlidacky.cz). Jedná se o webové stránky, kde si zákazník po zaregistrování může vybrat město, ve kterém někoho na hlídání hledá. Dále si může nastavit různé filtry, například: kolik let by měl mít ten, kdo mu dítě pohlídá, v jakém jazyce chce hlídání, dále zadává jaký je věk dítěte a jakou cenu je ochotný zaplatit. Výběr probíhá tak, že si klient přímo na stránkách zadá, který den a v kolik hodin hlídání potřebuje a také pokud chce, tak může zadat již zmíněné filtry. Jako odpověď se mu objeví seznam možných volných adeptů, splňující jeho požadavku se zeleným štítkem mám čas. Nebo si může vybrat ještě podle rozvrhu, který ukazuje kdy má která chůva volno. Tyto webové stránky nejsou zaměřeny pouze na děti, ale také na úklid domácností, kde je princip úplně stejný.

### **Profi Chůva**

Dalším možným konkurentem je agentura Profi Chůva s.r.o. Nabízí nejen domácí hlídání dětí, ale také vzdělávání, jesle a miniškolku. Cena za pravidelné hlídání je 110 Kč/h a za nepravidelné 120 Kč/h. Na jejich stránkách se dá také zaregistrovat, čímž dojde ke zpřístupnění soukromé sekce. Pokud zákazník chce využít služeb této společnosti (domácí hlídání), odešle email s telefonním kontaktem, kam se mu následně ozve vedoucí chův a domluví si informační schůzku.

### **Rodako**

Jedná se o webové stránky, skrze které jsou zprostředkovány tyto služby: hlídání dětí, péče o seniory a hendikepované a jako poslední úklid. Pokud má zákazník zájem o některou ze zmiňovaných služeb, musí se opět zaregistrovat. Při registraci si buď zakoupí členství standard – 49 Kč na měsíc/premium – 199 Kč na rok, nebo si můžete vyzkoušet jak to funguje po dobu jednoho týdne zdarma, bez možnosti kontaktování poskytovatelů služeb. Při zakoupení členství se klient dostane do databáze kontaktů a může kontaktovat kohokoliv do určité vzdálenosti.

V rámci poskytování služeb v oblasti úklidu podnik stanovil tyto možné hlavní konkurenty:

- Úklidová firma Ostrava,
- Úklidová firma Ostrava Sylva,
- Best Ostrava,
- Vaex s.r.o.,
- Elf,
- Safir úklid s.r.o.

### **Úklidová firma Ostrava**

Tato firma se zabývá úklidem domácností, úklidem pro firmy, úklidem kanceláří, mytím oken a výloh, žehlením a úklidem společných prostor. Konkrétní služby poskytované pro domácnosti jsou jednorázový úklid, pravidelný úklid a úklid po rekonstrukci. Cena úklidu záleží na velikosti bytu, nebo rodinného domu. Například za úklid bytu 1+1 by zákazník zaplatil základní cenu kolem 350 Kč, zbytek se odvíjí od stupně znečištění a jiných faktorů.

### **Úklidová firma Ostrava Sylva**

Podnik se zaměřuje na úklid domácností, kanceláří, úklid bytových družstev apod. Navíc zajišťuje čištění koberců, interiérů aut a sedacích souprav. Úklid domácností může být poskytován pravidelně, nebo jednorázově. Cena za úklid bytu 1+1 se orientačně pohybuje okolo 350 Kč, plus působení dalších faktorů.

### **Best Ostrava**

Společnost Best Ostrava poskytuje komplexní úklidové služby, úklid bytových a nebytových prostor a jako poslední impregnaci dřeva. Stejně jako u předchozích podniků v rámci úklidu domácností se jedná o pravidelný, či jednorázový úklid. Cena za pravidelný úklid je 0,66 až 0,99 Kč/m<sup>2</sup>.

### **Vaex s.r.o.**

Firma Vaex s.r.o. se nezabývá pouze úklidovou činností, ale také navrhuje a vyrábí nábytek, realizuje a opravuje interiéry, opravuje střechy a fasády. Ceny po osobní domluvě.

## Elf

Společnost Elf poskytuje nejen úklidové práce, ale také prodej čistících prostředků. Úklidové práce se opět týkají bytových domů, domácností, firem, dále zákazník může využít služeb hospodyně, nebo strojového čištění podlah atd. Cena u bytu 1+1 do 30m<sup>2</sup> za běžný úklid je 850 Kč.

## Safír úklid s.r.o.

Zaměření tohoto podniku je podobné jak u předchozích firem. Jedná se o úklid bytových domů, firem, domácností, dále úklid zdravotnických center, mytí vozidel a půjčování čistících strojů. Rozsah typů úklidu v domácnostech poskytuje širší nabídku oproti ostatním zmíněným společnostem. Kromě jednorázového úklidu nabízí generální úklid, vánoční úklid, jarní úklid, čištění parket, žaluzií, úklid zámkové dlažby apod. Například za jednorázový generální úklid zákazník zaplatí od 120 Kč/osoba/hod.

## 4.7 Marketing

### 4.7.1 Marketingový mix

#### Cena

Podnik bude své ceny stanovovat na základě cen konkurence a nákladů. Musí brát v potaz to, že teprve začíná podnikat a na trhu je nováčkem. Jeho ceny půjdou mírně pod ceny konkurence, čímž na sebe upozorní, ale budou v takové výši, aby byl schopen zaplatit provozní náklady. Přehled předpokládaných cen je uveden níže v tabulkách zvlášť pro každý typ služby.

Předpokládané cenové sazby pro hlídání:

Pravidelné hlídání	105,- Kč/hod
Pravidelné hlídání nad 20 hodin týdně	100,- Kč/hod
Jednorázové hlídání	115,- Kč/hod
Víkendové hlídání	130,- Kč/hod
Hlídání ve svátky	130,- Kč/hod



Příplatek za hlídání dalšího dítěte	30,- Kč/hod/dítě
Příplatek za hlídání v cizím jazyce	30,- Kč/hod
Doučování	150,- Kč/hod
Okamžité hlídání (nedomluveno předem)	135 Kč/hod
Permanentka na 30 hodin hlídání	2750 Kč

Tab. 4.1: Zdroj: Vlastní zpracování

Předpokládané ceny pro úklid:

Pravidelný a běžný úklid	110 Kč/hod
Jednorázový úklid	130 Kč/hod
Praní a žehlení	140 Kč/hod
Mytí oken	15 Kč/m <sup>2</sup>

Tab. 4.2: Zdroj: Vlastní zpracování

## Produkt

Společnost bude v oblasti hlídání nabízet tyto produkty:

- 1) Pravidelné hlídání – rodič určí dny, ve které bude chůva ve stanovenou dobu docházet do domácnosti. Tyto dny se budou pravidelně opakovat každý týden a společnost bude posílat stejnou chůvu na hlídání.
- 2) Jednorázové hlídání – rodič zhruba dva dny, v nejhorším případě den dopředu zavolá a domluví se na hlídání.
- 3) Okamžité hlídání – nastává v krajních případech, když ani jeden z rodičů nemůže být s dítětem doma, zavolají a společnost se bude snažit k nim někoho co nejrychleji poslat.
- 4) Hlídání o víkendech a ve svátky – společnost nabízí také hlídání ve svátky a o víkendech, za tyto dny je účtován příplatek.

V oblasti úklidu bude na výběr z těchto produktů:

- 1) Pravidelný a běžný úklid – klient se domluví se společností, ve které dny mu bude chodit nějaký zaměstnanec či brigádník na úklid. Jelikož se jedná o pravidelný úklid, budou se

tyto dny opakovat každý týden. Do běžného úklidu je zahrnut: úklid kuchyně, sociálního zařízení a koupelny, dále utírání prachu, vysávání a vytírání.

- 2) Jednorázový úklid – spočívá v tom, že zákazník zavolá a domluví se se společností na jeden den, ve kterém mu bude úklid proveden, aniž by se to víckrát opakovalo. Do jednorázového úklidu je zahrnuto to co do běžného, pokud se tedy nejedná o úklid po řemeslnících, malování. Tady náplň práce záleží na individuální domluvě.
- 3) Praní a žehlení – provedení tohoto typu služby probíhá u zákazníka doma a placena je také od hodiny.
- 4) Mytí oken – společnost poskytuje také mytí oken v domácnostech, cena se odvíjí od toho, kolik m<sup>2</sup> bude umyto.

## **Propagace**

Společnost bude směřovat propagaci hlavně na internet, konkrétně na svou webovou stránku a sociální síť. V dnešní době je velice oblíbený facebook. Kupříkladu maminky si tam sdělují rady a své zkušenosti, takže nebude na škodu, když podnik vytvoří svoji stránku, kde budou k nalezení veškeré informace o možnostech využití jeho služeb. Tento způsob propagace má velkou řadu výhod například tu, že je zcela zadarmo. Jak již bylo zmíněno, společnost bude mít i svou webovou stránku [www.trpasliksro.cz](http://www.trpasliksro.cz) (zatím nejsou v provozu). Na této stránce budou k dispozici informace o jednotlivých službách, ceník a kontakty. Další forma propagace, kterou podnik využije, budou bannery umístěné na různých webových stránkách.

Reklamu ve městě zajistí plakáty, které budou vylepeny na viditelných místech, aby si jich lidé všimli. Bude jich vylepeno okolo sta kusů.

## **Distribuce**

Distribuce bude probíhat přímou cestou, jelikož podnik a chůvy přijdou do styku jak s rodiči, tak s dětmi. Zákazník sám vyhledává služby společnosti.

### **4.7.2 SWOT analýza**

V této analýze dojde k odhalení jednak silných a slabých stránek podniku a jednak k zjištění příležitostí a hrozeb. Podnik by se měl především soustředit na rozvoj silných stránek a naopak na eliminaci stránek slabých.

#### **Silné stránky:**

- ochota vyjít zákazníkům vstříc,

- schopnost přizpůsobit se požadavkům,
- prověření zaměstnanci,
- rychlé vyřízení objednávek.

#### **Slabé stránky:**

- nový podnik na trhu,
- minimální zkušenost s podnikáním,
- velké množství substitutů,
- zpočátku nízké příjmy a nejistota uplatnění.

#### **Příležitosti:**

- pořádání seminářů,
- založení herního centra,
- rozšíření stávajících služeb o péči o seniory,
- rozšíření skupiny zákazníků.

#### **Hrozby:**

- nízká poptávka po službách,
- silná konkurence,
- nezájem o případné pořádané semináře,
- využití školek/družin nebo podobných organizací místo naší společnosti.

#### **Shrnutí SWOT analýzy**

Hlavní silnou stránkou pro podnik je ochota vyjít zákazníkům vstříc a schopnost přizpůsobit se jejich individuálním požadavkům. Jestli budou zákazníci s poskytnutými službami spokojeni, budou šířit kladné ohlasy, což přiláká nové klienty.

Slabá stránka podniku je zejména to, že se jedná o začínající podnik, kde navíc zakladatelé nemají moc velké zkušenosti s podnikáním. Musí si tedy dát pozor na konkurenci a získat oproti ní výhodu.

Společnost by mohla využít příležitosti a pořádat nejen pro své klienty semináře, které by se konaly v různých kavárnách, se kterými by podnik uzavřel dohodu. Nejednalo by se o celodenní semináře, ale pouze na pár hodin. Pokud by některý ze seminářů zaujal oba rodiče, museli by si zajistit hlídání, které by jim mohla poskytnout společnost za zvýhodněnou cenu.

Každý podnik má své hrozby. Skoro všechny začínající podniky mají obavy z toho, že po jejich produktu nebude dostatečná poptávka, což by vedlo k jeho zániku. Musí proto buď zpestřit nabídku, nebo k ní přidat slevy, výhody a klientské akce.

## 4.8 Finanční plán

Nejdůležitější část podnikatelského plánu je právě ta, kde se rozebírá finanční stránka podniku. Společnost zjistí, zda má smysl podnikat, kolik peněz bude potřeba na zahájení činnosti, na provoz, kolik peněz je nutné měsíčně zaplatit zaměstnancům apod. Finanční plán je v podstatě přehled o předpokládaném finančním hospodaření podniku.

Připomeňme si to, co již bylo několikrát zmíněno. Základní kapitál společnosti činí 400 000 Kč, jednotlivé vklady společníků 200 000 Kč. Společnost chce žádat o bankovní úvěr.

### *Finance související se zahájením činnosti podniku*

#### Počáteční výdaje

Jako první čím se bude podnik zabývat v rámci finančního plánu, je uhrazení výdajů, které vznikly při zakládání společnosti. Tyto výdaje jsou shrnuty v tabulce 4.3.

#### Výdaje na založení společnosti:

Notářský zápis	Min. 3 200,- Kč
Ověření podpisů	30,- Kč
Výpis z trestního rejstříku	100,- Kč
Výpis z katastru nemovitostí	100,- Kč
Správní poplatek za zřízení živnostenského oprávnění	1 000,- Kč
Výpis z živnostenského rejstříku	100,- Kč
Poplatek za zápis do obchodního rejstříku	6 000,- Kč
Poplatky související úkony a listiny u notáře	2 000,- Kč
Výpis z obchodního rejstříku	100,- Kč

Administrativní poplatky	400,- Kč
--------------------------	----------

Tab. 4.3: Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaje, související se založením společnosti, se pohybují v rozmezí mezi 13 030,- Kč a 18 000,- Kč.

Další výdaje, které podnik musí vynaložit, jsou na zařízení kanceláře a zprostředkování služeb. Nábytek bude dovezen z obchodu Ikea, který má pobočku přímo v Ostravě. Výdaje najdeme v tabulce 4.4.

**Výdaje na zařízení kanceláře a zprostředkování služeb:**

Stoly 2x	7 980,- Kč
Skříň 2x	22 470,- Kč
Židle 2x	2 580,- Kč
Počítače 2x	18 376,- Kč
Tiskárna	1 490,- Kč
Kancelářské potřeby	2 000,- Kč
Konferenční stůl + 2 židle	2 400,- Kč
Varná konvice	600,- Kč
Mini lednice	3 500,- Kč
Nádobí (hrnky na kávu, talíře, příbory,..)	1000,- Kč
Doprava nábytku	1 250,- Kč
Automobil	410 000,- Kč
Výdaje na pořízení úklidových potřeb (vysavače, smetáky, mopy,..)	20 000,- Kč

Tab. 4.4: Zdroj: Vlastní zpracování

Na celkové vybavení kanceláře bude muset podnik poskytnout minimálně 62 306,- Kč, automobil ho vyjde na 410 000,- Kč a nákup úklidových potřeb 20 000,- Kč. Jelikož je pronajatá kancelář bez nábytku, musí do něj podnik investovat. Samotný nábytek ho vyjde na 35 430,- Kč. Cena dopravy z obchodu je členěna podle zón (PSČ), vychází na 1 250,- Kč a je jedno kolik kusů nábytku bude přepravováno.

**Výdaje na propagaci:**

Založení webových stránek	10 000,- Kč
Reklamní bannery	5 000,- Kč
Nápis označující kancelář podniku	249,- Kč
Vizitky 500 kusů	600,- Kč
Reklamní plakáty 100 kusů	590,- Kč

Tab. 4.5: Zdroj: Vlastní zpracování

Celkové výdaje na propagaci budou 16 439,- Kč. V tabulce není zahrnut profil na facebooku, jelikož jeho založení je zdarma. Nápis označující kancelář podniku, vizitky a plakáty budou objednány z internetových stránek firmy Letáky 4U. Při tvorbě reklamních bannerů bude využito služeb webových stránek [www.zerodesign.cz](http://www.zerodesign.cz).

**Plánované provozní náklady na měsíc:**

Nájemné (včetně poplatků a internetu)	6 660,- Kč
Mobilní telefony	1 498,- Kč
Pohonné hmoty	5 000,- Kč
Čistící prostředky	6 000,- Kč

Tab. 4.6: Zdroj: Vlastní

Nájemné je pevně stanoveno, včetně poplatků a ADSL připojení bude podnik platit 6 660,- Kč za měsíc. Jako operátor byl zvolen Vodafone s tarifem pro podnikatele za 749,- Kč pro jednoho za měsíc. Čistící prostředky bude podnik objednávat z webových stránek [www.profi-uklidove-prostredky.cz](http://www.profi-uklidove-prostredky.cz), do uvedených nákladů je zahrnuta i doprava.

**Plánované mzdy na měsíc**

Brigádníci (10)	11 000,- Kč
Zaměstnanci na částečný úvazek (4)	20 800,- Kč

Tab. 4.7: Zdroj: Vlastní zpracování

Společnost plánuje zaměstnat 10 brigádníků a 4 pracovníky na částečný úvazek. Bude předpokládat, že brigádníci odpracují 20 hodin měsíčně a hodinová sazba bude 55,- Kč. U pracovníků na částečný úvazek počítá, že odpracují 4 hodiny denně, budou pracovat 5 dní v týdnu a jejich hodinová sazba bude 65,- Kč. Odvody za zaměstnance budou činit 10 168,- Kč.

## ***Odpisy***

Předmětem odpisů bude pouze automobil, jehož pořizovací cena je 410 000,- Kč, tudíž přesahuje částku 40 000,- Kč a doba užívání je plánovaná na dobu delší než jeden rok. Automobil patří do odpisové skupiny 2 s dobou odpisování pět let. Využijeme rovnoměrného odpisování.

### **Odpisy automobilu:**

1. rok	45 100,- Kč
2. rok	91 225,- Kč
3. rok	91 225,- Kč
4. rok	91 225,- Kč
5. rok	91 225,- Kč

Tab. 4.8: Zdroj: Vlastní zpracování

## ***Peníze potřebné na rozjezd podniku***

### **Provozní náklady na 2 měsíce:**

Nájem (včetně poplatků a internetu)	13 320,- Kč
Mobilní telefony	2 996,- Kč
Pohonné hmoty	10 000,- Kč
Čistící prostředky	12 000,- Kč
Celkem	38 316,- Kč

Tab. 4.9: Zdroj: Vlastní zpracování

### **Hrubé mzdy na 2 měsíce:**

Brigádníci	22 000,- Kč
Zaměstnanci na částečný úvazek	61 936,- Kč
Celkem	83 936,- Kč

Tab. 4.10: Zdroj: Vlastní zpracování

Součet provozních nákladů a hrubých mezd činí 122 252,- Kč.

**Peníze potřebné na rozjezd podniku:**

Výdaje na založení společnosti	18 000,- Kč
Investiční výdaje	493 646,- Kč
Výdaje na propagaci	16 439,- Kč
Plánované provozní náklady na 2 měsíce	38 316,- Kč
Plánované hrubé mzdy na 2 měsíce	83 936,- Kč
Celkem	650 337,- Kč

Tab. 4.11: Zdroje: Vlastní zpracování

***Shrnutí***

Základní kapitál společnosti je 400 000,- Kč. Peníze (odhad) potřebné k rozjezdu podniku činí 650 337,- Kč. Společníkům tedy chybí 250 337,- Kč, aby mohla být společnost založena a aby byl zajištěn provoz alespoň v prvních dvou měsících. Východiskem je bankovní úvěr ve výši 300 000,- Kč.

***Bankovní úvěr***

Bankovní úvěr bude podnik čerpat u Equa bank, s úrokovou sazbou 9% (sazba se pohybuje od 6,20%).

**Splátky úvěru a úroků:**

Rok	0.	2.	3.	4.	5.	6.
Stav úvěru	300 000	240 000	180 000	120 000	60 000	0
Splátka úvěru	0	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Úrok	0	27 000	21 600	16 200	10 800	5 400

Tab. 4.12: Zdroje: Vlastní zpracování



## ***Plánované příjmy***

Plánované příjmy představují odhad toho, co podniku přinese poskytování služeb. Jelikož není jisté, jak moc budou zákazníci využívat těchto služeb, jedná se pouze o předběžný plán. Měsíční plánované příjmy jsou znázorněny v následující tabulce. Pro zjednodušení budeme u hlídání dětí počítat s cenou 120 Kč/h a u úklidu 125 Kč/h. Největší příjmy jsou odhadovány na letní měsíce, kdy děti nechodí do školy.

### **Plánované příjmy za měsíc květen:**

	Odprac. hodiny za měsíc	Příjmy
Hlídání dětí	300 hodin	36 000,- Kč
Úklid	250 hodin	31 250,- Kč

Tab. 4.13: Zdroje: Vlastní zpracování

Celkové plánované příjmy podniku za první měsíc budou činit 67 250,- Kč. V následující tabulce jsou uvedeny plánované příjmy až do konce roku 2015.

### **Plánované příjmy květen – srpen 2015:**

	Květen	Červen	Červenec	Srpen
Hlídání dětí	36 000,- Kč	40 800,- Kč	48 000,- Kč	48 600,- Kč
Úklid	31 250,- Kč	35 000,- Kč	38 750,- Kč	40 000,- Kč

Tab. 4.14: Zdroje: Vlastní zpracování

### **Plánované příjmy září – prosinec 2015:**

	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Hlídání dětí	45 600,- Kč	45 360,- Kč	45 000,- Kč	43 800,- Kč
Úklid	39 375,- Kč	39 000,- Kč	38 125,- Kč	39 375,- Kč

Tab. 4.15: Zdroje: Vlastní zpracování

Jak se dá z tabulek vypožorovat, rozjezd podniku bude slabší, ale v následujících měsících dojde k navýšení. S největším nárůstem je počítáno v letních měsících, jelikož děti nechodí do škol a navíc když je venku pěkné počasí, lidé ho nechtějí trávit doma uklízením. V dalších měsících dojde k pozvolnému snížení příjmů. V prosinci je očekáván nárůst poptávky po úklidových službách, jelikož se blíží svátky, ale naopak poklesne poptávka po hlídání, protože rodiny s dětmi jezdí často na hory.

### *Plánované Cash flow*

#### **Plánové cash flow květen – srpen 2015:**

	<b>Květen</b>	<b>Červen</b>	<b>Červenec</b>	<b>Srpen</b>
PS PP	700 000	166 589	164 963	169 337
<b>Příjmy</b>				
Příjmy za služby	67 250	75 800	86 750	88 600
Příjmy celkem	67 250	75 800	86 750	88 600
<b>Výdaje</b>				
Poplatky spojené se založením	18 000	0	0	0
Investiční výdaje	493 646	0	0	0
Nájem	6 660	6 660	6 660	6 660
Telefon	1 498	1 498	1 498	1 498
Propagace	16 439	1 000	1 000	1 000
Pohonné hmoty	5 000	5 000	5 000	5 000
Nákup zásob	7 000	7 000	7 000	7 000
Mzdy	52 418	56 268	61 218	62 043
Splátka úvěru	0	0	0	0
Výdaje celkem	600 661	77 426	82 376	83 201
<b>CF</b>	-533 411	-1 626	4 374	5 399
<b>KS PP</b>	<b>166 589</b>	<b>164 963</b>	<b>169 337</b>	<b>174 736</b>

Tab. 4.16: Zdroje: Vlastní zpracování

#### **Plánované cash flow září – prosinec 2015:**

	<b>Září</b>	<b>Říjen</b>	<b>Listopad</b>	<b>Prosinec</b>
PS PP	174 736	178 160	181 244	183 643
<b>Příjmy</b>				
Příjmy za služby	84 975	84 360	83 125	83 175
Příjmy celkem	84 975	84 360	83 125	83 175
<b>Výdaje</b>				
Poplatky spojené se založením	0	0	0	0
Investiční výdaje	0	0	0	0
Nájem	6 660	6 660	6 660	6 660

Telefon	1 498	1 498	1 498	1 498
Propagace	1 000	1 000	1 000	1 000
Pohonné hmoty	5 000	5 000	5 000	5 000
Nákup zásob	7 000	7 000	7 000	7 000
Mzdy	60 393	60 118	59 568	59 568
Splátka úvěru	0	0	0	0
Výdaje celkem	81 551	81 276	80 726	80 726
<b>CF</b>	<b>3 424</b>	<b>3 084</b>	<b>2 399</b>	<b>2 449</b>
<b>KS PP</b>	<b>178 160</b>	<b>181 244</b>	<b>183 643</b>	<b>186 092</b>

Tab. 4.17: Zdroje: Vlastní zpracování

Cash flow u společnosti Trpaslík s.r.o. bylo sestaveno za období květen – prosinec roku 2015 přímou metodou a znázorňuje pohyb peněžních prostředků. Jak si můžeme všimnout, vykazované cash flow bude kladné již od třetího měsíce podnikání až do konce prosince 2015.

Kladné cash flow znamená, že podnik bude schopný produkovat peníze na splacení cizích zdrojů.

### ***Výkaz zisku a ztrát***

#### **Výkaz zisku a ztrát pro období květen – srpen 2015:**

	<b>Květen</b>	<b>Červen</b>	<b>Červenec</b>	<b>Srpen</b>
<b>Výnosy</b>				
Prodej služeb	67 250	75 800	86 750	88 600
Výnosy celkem	67 250	75 800	86 750	88 600
<b>Náklady</b>				
Zásoby	7 000	7 000	7 000	7 000
Mzdy	52 418	56 268	61 218	62 043
Nájemné	6 660	6 660	6 660	6 660
Telefon	1 498	1 498	1 498	1 498
Propagace	16 439	1 000	1 000	1 000
Zřizovací výdaje	18 000	0	0	0
Ostatní náklady	5 000	5 000	5 000	5 000
Náklady celkem	107 015	77 426	82 376	82 405
<b>HV před zdaněním</b>	<b>-39 765</b>	<b>-1 626</b>	<b>4 374</b>	<b>6 195</b>

Tab. 4.18: Zdroje: Vlastní zpracování

**Výkaz zisku a ztrát pro období září – prosinec 2015:**

	<b>Září</b>	<b>Říjen</b>	<b>Listopad</b>	<b>Prosinec</b>
<b>Výnosy</b>				
Prodej služeb	84 975	84 360	83 125	83 175
Výnosy celkem	84 975	84 360	83 125	83 175
<b>Náklady</b>				
Zásoby	7 000	7 000	7 000	7 000
Mzdy	60 393	60 118	59 568	59 568
Nájemné	6 660	6 660	6 660	6 660
Telefon	1 498	1 498	1 498	1 498
Propagace	1 000	1 000	1 000	1 000
Zřizovací výdaje	0	0	0	0
Ostatní náklady	5 000	5 000	5 000	5 000
Náklady celkem	81 551	81 276	80 726	80 726
<b>HV před zdaněním</b>	<b>3 424</b>	<b>3 084</b>	<b>2 399</b>	<b>2 449</b>

Tab. 4.19: Zdroje: Vlastní zpracování

Z výkazu zisku a ztrát můžeme zjistit, že podnikové tržby budou růst do konce srpna 2015 a v následujícím období začnou mírně klesat. V dalších letech společnost počítá s tím, že se stane známější a objeví se více zákazníků, čili tržby porostou. Ostatní položky týkající se nákladů jsou konstantní až na mzdy, které se mění s počtem odpracovaných hodin brigádníků, propagaci a zřizovací výdaje.

Co se týče samotného hospodářského výsledku, začíná být od třetího měsíce kladný stejně jako cash flow, což znamená, že již od tohoto měsíce bude podnik vykazovat malý zisk. Jak již bylo zmíněno u tržeb, po zaběhnutí společnosti se počítá s jeho nárůstem.

## 4.9 Analýza rizik

Společnost Trpaslík s.r.o. si je dobře vědoma, že v podnikání se může setkat s řadou rizik, které činnost podniku mohou ohrozit. Tato rizika jsou zachycena v následující tabulce a ke každému je přiřazeno i opatření.

<b>RIZIKA</b>	<b>Opatření</b>
Neprosazení podniku na trhu	Důsledná propagace, vymýšlení slev, akcí
Nespokojenost zákazníků	Komunikace, zjišťování příčin nespokojenosti
Nepříjemný personál	Důkladnější výběrová řízení, motivace
Vysoká poptávka po úklidových službách, nedostatek přepravních prostředků	Nákup dalšího užitkového automobilu

Tab. 4.20: Zdroje: Vlastní zpracování

Největší riziko, kterého by se měl podnik obávat je spjato s nespokojeností zákazníků. Nespokojený zákazník není pro společnost dobrá vizitka a také odrazuje potenciální klienty. Budoucí vývoj tedy závisí na pozitivních ohlasech týkajících se poskytovaných služeb.

Dalším rizikem, kterému by měla být věnována větší pozornost je riziko nepříjemného personálu. Jeho vzniku lze zamezit prostřednictvím důkladnějších výběrových řízení, nebo dostatečnou motivací.

Nejde však s určitostí říct, že výčet rizik v tabulce je konečný. Zvláště tak pro začínající podnik.

## 5. Závěr

Cílem mé bakalářské práce bylo přiblížit problematiku založení společnosti s ručením omezeným a aplikovat získané teoretické poznatky na fiktivní firmu. Jako předmět činnosti podniku jsem vybrala poskytování služeb pro rodinu a domácnost, konkrétně nabízení služeb v oblasti hlídání dětí a úklidu, jelikož je to velice zajímavé téma.

V teoretické části jsem se zaměřila na vysvětlení základních pojmů, jelikož jejich znalost a pochopení různých termínů je důležité pro úspěšnost v podnikání. Dále jsem se věnovala alespoň stručnému popisu malých a středních podniků, podporám, které mohou případně čerpat a jejich silným a slabým stránkám. U podpor jsem se zabývala zejména zdroji, ze kterých podniky mohou čerpat, dále na co se podle zákona vztahují a v jakých podobách mohou být poskytovány. Další část byla věnována právním formám podnikání. Volba právní formy je pro začátek podnikání velice důležitá, proto jsem vytvořila přehled jednotlivých druhů a ke každému z nich jsem vypsala základní informace. Jako poslední v této kapitole jsem zmínila podnikatelský plán, jeho účel a strukturu.

Praktická část byla věnována aplikaci teoretických poznatků na založení fiktivní společnosti. Nejdříve jsem se zabývala tím, které dokumenty a jaké instituce je nutné navštívit, aby společnost mohla vzniknout. Dále jsem se zaměřila na vypracování podnikatelského plánu. Popsala jsem v něm podrobněji, čím se podnik bude zabývat, jeho podnikatelský záměr, analyzovala jsem případnou konkurenci a samozřejmě také potenciální zákazníky. V marketingovém mixu jsem charakterizovala jednotlivé druhy poskytovaných služeb a jejich předpokládané ceny. Provedla jsem také SWOT analýzu, která odhalila silné a slabé stránky podniku a případné hrozby a příležitosti. Jako poslední jsem se věnovala finančnímu plánu. Stanovila jsem v něm například odhady počátečních výdajů podniku, provozní náklady, odhady mezd a předpokládaných příjmů.

Věřím, že jsem splnila cíl své bakalářské práce, která by mohla sloužit jako odrazový můstek pro zájemce o podnikání v této oblasti.

## Seznam použité literatury

### Odborná literatura

1. ČERVENÝ R. *Business plán – krok za krokem*. Praha: C.H. Beck 2014, 230 s. ISBN 978-80-7400-511-4.
2. BLACKWELL, Edward. *How to prepare u business plan*. 5 th ed. Philadelphia: Kogan Page, 2008, vi, 182 p. ISBN 978-074-9449-810.
3. FOTR J., J. HNILICA. *Aplikovaná analýza rizika ve finančním managementu a investičním rozhodování*. 2. akt. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2014, 304 s. ISBN 978-80-247-5104-7.
4. HEJDA J. a kolektiv. *Společnost s ručením omezeným*. Olomouc: ANAG 2014, 280 s. ISBN 978-80-7263-870-3.
5. KNÁPKOVÁ A., D. PAVELKOVÁ. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 1 vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2010, 208 s. ISBN 978-80-247-3349-4.
6. SRPOVÁ J., V ŘEHOŘ. *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2010, 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
7. SRPOVÁ J., I. SVOBODOVÁ, P. SKOPAL, T. ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2011, 200 s. ISBN 978-80-247-4103-
8. SYNEK M. *Manažerská ekonomika*. 5. akt. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2011, 480 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
9. ŠVANDOVÁ E., E. ŠTĚPÁNKOVÁ, S. TALPOVÁ. *Ekonomika malých a středních podniků*. 2., rozš. vyd. Brno: Masarykova univerzita 2011, 151 s. ISBN 978-80-210-5494-3.

10. VEBER J., J. SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s. 2012, 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
11. VODÁČEK L., O. VODÁČKOVÁ. *Moderní management v teorii a praxi*. Praha: Management Press, s.r.o. 2006, 295 s. ISBN 80-7261-143-7.
12. VOCHOZKA M. a kolektiv. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2012, 576 s. ISBN 978-80-247-4372-1.

## **Zákony**

13. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.
14. Zákon č. 90/2012 Sb., zákon o obchodních korporacích.
15. Zákon č. 47/2002 Sb., zákon o podpoře malého a středního podnikání.

## **Internetové zdroje**

16. MPO.CZ. *Živnostenský zákon*. [online]. [8. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument155633.html>.
17. PODNIKATOR.CZ. *Kapitálová vs. obchodní společnost*. [online]. [8. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/zalozeni-spolecnosti/n:16810/Kapitalova-vs-osobni-spolecnost>.
18. E-SRO.CZ. *Vše o s.r.o.* [online]. [11. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.e-sro.cz/>.
19. HBLAW.CZ *Akciová společnost dle ZOK*. [online]. [13. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.hblaw.eu/cz/aktuality/56-akciová-společnost-dle-zok-2014.html>.



20. EASYSUPPORT.CZ. *Založení a.s. od 1. 1. 2014 – Kompletní postup*. [online]. [13. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.easysupport.cz/zalozeni-as-postup>.
21. EKONOMIKON.CZ. *Akciová společnost*. [online]. [13. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ekonomikon.cz/byznys/druhy-obch-spolecnosti/as>.
22. NAPADROKU.CZ. *Jak sepsat podnikatelský plán*. [online]. [15. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.napadroku.cz/radce/jak-sepsat-podnikatelsky-plan/>.
23. IPODNIKATEL.CZ. *Konkurence – přirozená součást podnikání, se kterou je nutné počítat*. [online]. [18. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Strategie-podnikani/konkurence-prirozena-soucask-podnikani-se-kterou-je-nutne-pocitat.html>.
24. SUNNMARKETING.CZ. *Marketingový mix*. [online]. [18. 3. 2015]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/marketingovy-mix>.

## Seznam zkratek

akc. spol.- akciová společnost

a.s. – akciová společnost

cca - přibližně

JRF – Jednotný registrační formulář

kom. spol. – komanditní společnost

k. s. – komanditní společnost

MHD – Městská hromadná doprava

např. - například

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

tab. - tabulka

v. o. s. – veřejná obchodní společnost

### Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2015

  
.....  
Kateřina Juránová

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 Společenská smlouva

Příloha č. 2 Čestné prohlášení jednatele

Příloha č. 3. Prohlášení správce vkladu

Příloha č. 4 Souhlas majitele nemovitosti

Příloha č. 5 Jednotný registrační formulář

Příloha č. 6 Návrh na zápis do obchodního rejstříku

Příloha č. 7 Přihláška k registraci právnické osoby